

الدور الاتصالي للمواقع الإلكترونية لجامعات دول مجلس التعاون الخليجية
دراسة تحليلية مقارنة

فاطمة بنت سالم بن محمد آل الشيخ

رسالة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الآداب
تخصص: الإعلام (العلاقات العامة والإعلان)

قسم الإعلام

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية

جامعة السلطان قابوس

ديسمبر 2013

جميع الحقوق محفوظة

اسم الطالبة: فاطمة بنت سالم بن محمد آل الشيخ

الرقم الجامعي: ٢٠١٣/٥٤٨٢١

عنوان الرسالة

الدور الاتصالي للمواقع الإلكترونية لجامعات دول مجلس التعاون الخليجية

دراسة تحليلية مقارنة

لجنة الإشراف على الرسالة:

١- المشرف الرئيس: أ. د محمد نجيب الصرايرة

الدرجة العلمية: أستاذ

القسم: الإعلام

الكلية/ المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التاريخ: ٢٠١٤/٩/١٨

التوقيع: 

٢- عضو لجنة الإشراف: أ. د. حسني محمد نصر

الدرجة العلمية: أستاذ مساعد

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التاريخ: ٢٠١٤/٩/١٨

التوقيع: 

لجنة مناقشة الرسالة:

١- رئيس اللجنة: مؤقر ابراهيم عبد العزيز

الدرجة العلمية: استاذ مساعد

القسم: الحجرات

الكلية / المؤسسة: الاداب والعلوم الانسانية

التوقيع: مؤقر التاريخ: ١٨ / ١٢ / ٢٠١٤

٢- المشرف الرئيس: أ.د محمد نجيب الصرايرة

الدرجة العلمية: أستاذ

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع: محمد التاريخ: ١٨ / ١٢ / ٢٠١٤

٣- الممتحن الداخلي: د. أنور بن محمد الرواس

الدرجة العلمية: أستاذ مساعد

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع: أنور التاريخ: ١٨ / ١٢ / ٢٠١٤

٤- الممتحن الخارجي: د. هادي عباس حليم ابراهيم

الدرجة العلمية: استاذ مساعد

القسم: دراسات الاتصال

الكلية / المؤسسة: كلية الإعلام والتطبيقات / نزوى

التوقيع: هادي التاريخ: ١٨ / ١٢ / ٢٠١٤



إهداء

الى روح والدي الكريم .. طيب الله مضجعه ومآله

الى عزوتي في الدنيا .. والدتي الحبيبة

الى وطني وأمتي .. أسأل الله أن يصلح الأحوال جميعها

الباحثة

شكر وامتنان

في كل محطة من محطات الحياة، هناك من يقف داعماً ومسانداً. هم كثيرون، ولكن من بينهم من كان له فضل لا ينسى .. هنا لا يمكنني أن أستوفي فضل الأستاذ الجليل .. الأستاذ الدكتور محمد نجيب الصرايرة، الذي كان مدرسة للحياة، علمتني شدته أن هناك ما يستحق أن يبذل، وأن جهوداً لا بد أن تثمر. أيضاً عظيم تقديري للأستاذ الرائع د.حسني محمد نصر، الذي أعتبر مشاركته في الاشراف على رسالتي، ومعرفتي به شرف لي لا يتكرر.. بعلمه المتمكن، وأخلاق الصالحين ..أسأل الله لهم زيادة في العلم والفضل، والرفعة في الدنيا والآخرة.

كما أود أن أسجل امتناني لأخي العزيز يعقوب آل الشيخ، ولأستاذ سعيد الحراصي بمكتبة الجامعة.. ولرفيقات مشوار الحياة: مريم الهاشمي، فاطمة القصابي، بخيئة الغيلاني، آمنة البيمانى، وحواء البلوشي، وبلقيس العامري، ومنى النجار، ونعيمة السعدي، وأمل الدرعي، وخديجة البادي، وشريفة القصابي، وميمونة اليعربي ... راجية الله أن يحفظهم ووالديهم جميعاً بعافية وراحة بال لا تنقطع، ويكرمهم بالرضا، فليس بعد رضا الله الإجنات عرضها السموات والأرض.

الملخص

عنوان الدراسة: الدور الاتصالي للمواقع الإلكترونية لجامعات دول مجلس التعاون الخليجية دراسة تحليلية مقارنة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الأدوار الاتصالية للمواقع الإلكترونية لجامعات مجلس التعاون الخليجي الرئيسية الستة بهذه الدول، وهي المواقع الإلكترونية لكل من جامعة السلطان قابوس وجامعة الملك سعود، وجامعة البحرين، وجامعة الإمارات العربية المتحدة، وجامعة قطر، وجامعة الكويت، من خلال أطر ثلاثة: الإطار الشكلي لهذه المواقع ، وإطار المضامين التي تقدمها، والإطار الإستراتيجي للاتصال.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى الى توصيف وتحليل الكيفية التي تستخدم بها الجامعات الخليجية المواقع الإلكترونية كوسيلة اتصالية للمتفاعلين معها داخليا وخارجيا، والمقارنة فيما بينها في هذا المجال. واعتمدت الدراسة على عينة عمدية تمثل ست جامعات لدول مجلس التعاون الخليجي خلال الفترة من 2013/10/1، ولغاية 2013/11/15.

وخلصت الدراسة الى تباين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة فيما بينها تبايناً واضحاً في بعض الأجزاء، وتقاربها في أجزاء أخرى، وتتشابه في أجزاء أخرى تماماً. فعلى صعيد الإطار الشكلي تتفاوت المواقع في تحقيق عناصر كل فئة بدرجات مختلفة، مع تشابهها في تحقيق فئات معينة. بشكل عام تظهر المواقع قدرة عالية في الوصول إليها عبر محركات مختلفة، وسرعه تحميلها النسبي، والقارئية العالية لها. وتتفاوت في بلوغ البساطة بين مواقع بسيطة نسبياً كمواقع جامعات السلطان قابوس والإمارات وقطر والكويت، ومواقع تبتعد عن البساطة كمواقع جامعات البحرين والملك سعود النسبي. أيضاً سهولة تصفح بعض المواقع من خلال تراتبية وانتظام العناصر كجامعات السلطان قابوس والبحرين، واختلال هذا الانتظام في مواقع جامعات الإمارات وقطر، والملك سعود والكويت بشكل نسبي. ويبرز موقع جامعة الإمارات وجامعة البحرين كأبرز المواقع التي تتسق في كثير من أجزاءهما، وتفاوت المواقع الأخرى في هذا الجانب. مع تميز موقع جامعة الملك سعود في التنوع والجاذبية عن المواقع عينة الدراسة.

أما في جانب محتوى المضامين للمواقع، تبرز بعض المضامين من بين العناصر الأخرى في الموقع ذاته، وتتراجع مضامين أخرى، وبذلك تتفاوت المواقع فيما بينها في مدى تقديمها للمضامين المختلفة. وتشير النتائج أن

مضامين التعليم والتعلم الأكثر وضوحاً في كافة المواقع، وتتراجع مضامين البحث العلمي في مدى توافرها بالمواقع، ومواضعها داخل الصفحات المختلفة، مع استثناء موقع جامعة الملك سعود. وعدم توفر مضامين ثرية لخدمة المجتمع في جميعها. كما يظهر التحليل تقدم موقع جامعة الملك سعود في تقديم أنواع مختلفة من المضامين كالمعلومات العامة والمعلومات القانونية والسياسات والإستراتيجيات، بالإضافة الى تميزه في استخدام أنماط اتصالية متعددة ومختلفة، وكفاية المضمون مع التفرد بتقديم خدمات خاصة لا تتوفر بالمواقع الأخرى. في حين تتراجع وتتفاوت المواقع الخمسة في تضمناها لما سبق من المضامين والمعلومات.

وأخيراً، تظهر الدراسة اعتماد المواقع الإلكترونية جميعها إستراتيجية الإعلام كأبرز الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، في حين تتراجع وتختفي الإستراتيجيات الأخرى، وهي استراتيجية الإقناع والتفسير، واستراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الحوار. وبشكل عام يمكن القول أن موقع جامعة الملك سعود يتميز من بين المواقع الأخرى في كثير من فئات التحليل المعتمدة في هذه الدراسة.

Abstract

The Communicative Role of Websites in Universities

of the Gulf Cooperation Council countries

Comparative analysis

Fatema Salim Mohamed Al-Al Shaikh

The study aims to investigate the communicative roles of websites in the major universities of the Gulf Cooperation Council (GCC) states. The study uses a purposive sample of websites that include Sultan Qaboos University, King Saud University, University of Bahrain, the United Arab Emirates University, Qatar University and Kuwait University. The study analyzes the websites from three perspectives: the design and layout of the websites, the content of the websites, the strategies of communication used.

This study is a descriptive analysis, it aims to identify and analyze the mechanisms applied by the universities in the GCC States and their websites as a communicative method for their local and international clients, and compare the websites with each other in this area. The study focuses on a purposive sample covering six universities in the GCC countries, and was conducted from 1/10/2013 until 15/11/2013.

The study concludes that the sample websites are considerably different in some aspects, similar in some elements and totally resemble each other in some parts. In terms of the design's features, the websites differ in achieving the elements in each category to varying degrees and resemble each other in some elements. In general, the sample websites can be easily reached through different search engines. They show high efficiency in their loading speed and readability. They differ in the simplicity; some are relatively simple such as the websites of Sultan Qaboos University, UAE University, Qatar University and Kuwait University and some are complicated such as the websites of Bahrain University and King Saud University. There are also websites that can be easily browsed because of the systematicity of their elements such as Sultan Qaboos University and Bahrain University. This systematicity is relatively not found in the websites of UAE University, Qatar University, Kuwait University and King Saud University. The websites of UAE University and Bahrain University are considerably consistent in many of their elements. Other websites differ in this aspect. The King Saud University website is more excellent in variation and attraction than the other sample websites.

In terms of the content of the websites, some content elements stand out in the same website, while focusing less on other elements. Therefore, the websites differ in their way of presenting the various contents. The results show that the contents of learning and teaching are the most obvious ones in all of the websites. The contents of research are few in the websites and their presence in their pages except King Saud University website. The contents of community service are not available in all of the sample websites. The analysis also shows that King Saud University website takes the lead of presenting different types of content such as general information, legal information, policies and strategies. In addition to that, it excels in using different and various types of communication and in the availability of content. It also provides services which are not available in other websites, while the other five websites differ in providing the abovementioned contents and information.

At last, the study shows that all websites depend on the information strategy as the most prominent strategy of communication, while other strategies are not applied, such as persuasion strategy, consensus-building strategy and dialogue strategy. Overall, it can be said that the Website of King Saud University is the most distinguished sites among the other websites in various elements of the analysis.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
1	المقدمة
3	الفصل الأول: العلاقات العامة: الأهمية والوظائف والتطور
4	أهمية العلاقات العامة
5	أهداف العلاقات العامة
7	وظائف العلاقات العامة
8	الاتصال والعلاقات العامة
9	العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي
17	الفصل الثاني: العلانية في العلاقات العامة
17	مفهوم العلانية
18	وسائل العلانية
41	الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية
41	الإطار النظري للدراسة
48	أدبيات العلاقات العامة في سلطنة عمان
50	الأدبيات العربية والأجنبية في المواقع الإلكترونية
55	الأدبيات الأجنبية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي
59	مشكلة الدراسة
60	أهمية الدراسة
60	أهداف الدراسة
60	تساؤلات الدراسة
61	منهج الدراسة
62	فئات التحليل
65	عينة الدراسة

66	مجال الدراسة وحدودها
66	اختبار الصدق
67	الفصل الرابع: تحليل الدراسة ونتائجها
67	أولاً: الإطار الشكلي
92	ثانياً: إطار المضامين
114	ثالثاً: الإستراتيجيات الاتصالية لرولر
117	الفصل الخامس: استنتاجات وتوصيات
131	قائمة المصادر والمراجع
131	أولاً: المراجع العربية
134	ثانياً: المراجع الأجنبية
137	ثالثاً: المواقع الإلكترونية
138	الملاحق

مقدمة

تعد العلاقات العامة في مقدمة العلوم البيئية التي تطورت بشكل سريع ومنهجي خلال القرن العشرين، خاصة خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية. وتشكل العلاقات العامة مدخلاً أساسياً بالغ الأهمية لتنظيم العلاقة بين المؤسسات الحكومية والخاصة وجمهورها، اعتماداً على أسس علمية راسخة هي: البحث العلمي، والتخطيط، والاتصال، والتقييم. وقد ساعد تقدم العلوم والتكنولوجيا في تطور العلاقات العامة، خاصة تكنولوجيا المعلومات والاتصال وطرق نقلها وتبادلها، التي وفرت امكانية الاتصال مع العملاء من خلال وسائل الكترونية متقدمة، يأتي على رأسها المواقع الإلكترونية على شبكة الويب التي أصبحت تلعب دوراً مهماً في العملية الاتصالية بين المؤسسات والمتعاملين معها من خلال دوائر العلاقات العامة في هذه المؤسسات، والتي تأخذ على عاتقها مساهمة التطورات في الوسائل الحديثة والتغيرات في الرأي العام واتجاهاته.

وتعد مؤسسات التعليم العالي أحد أبرز المنظمات التي تستخدم مواقعها الإلكترونية في إدارة عملية الاتصال مع الجمهور وتحقيق أهدافها. وبرزت في السنوات الأخيرة جهات متعددة، تتولى تقييم المواقع الإلكترونية للشركات والمؤسسات، ومن بينها مواقع الجامعات بناءً على العديد من المعايير والمواصفات. ومواكبة لهذا الاهتمام تأتي هذه الدراسة التي تستهدف وصف وتقييم المواقع الإلكترونية لمجموعة محددة من الجامعات يضمها إطار إقليمي واحد وهو الخليج العربي، سعياً لتحقيق المزيد من التطوير والتحديث في هذه المواقع، بما يحقق رسالتها على أكمل وجه، ويسمح بدخولها المنافسة العالمية مع المواقع الرائدة في هذا المجال.

في هذه الدراسة تقوم الباحثة بتحليل المواقع الإلكترونية لست من الجامعات الخليجية الرئيسية بدول مجلس التعاون الخليجي، وهي: جامعة السلطان قابوس، وجامعة الملك سعود، وجامعة البحرين، وجامعة الإمارات، وجامعة قطر، وجامعة الكويت؛ للتعرف على الأطر الشكلية والمواصفات العامة للمواقع، وأيضاً تحليل محتوى هذه المواقع، والتعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المعتمدة فيها. وقد قسمت الباحثة دراستها إلى الفصول الآتية:

- الفصل الأول: تطرق الى العلاقات العامة وأهميتها وأهدافها ووظائفها، والاتصال في مجال العلاقات العامة، كما تطرق الى العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي.
- الفصل الثاني: يتناول العلانية في مجال العلاقات العامة، ومفهومها وأهم وسائل العلانية الحديثة.
- الفصل الثالث: يتعلق بالإطار النظري والدراسات السابقة والإجراءات المنهجية.

- الفصل الرابع: يتضمن عرضاً للنتائج وتحليلها.
- الفصل الخامس: الاستنتاجات العامة والتوصيات.

الفصل الأول

العلاقات العامة

المفهوم، الأهمية، والوظائف

مقدمة

العلاقات العامة كممارسة تكاد تكون قديمة قدم الإنسان والتجمعات الإنسانية. وتشير الدراسات الى أن العلاقات العامة مورست بشكل أو بآخر في العديد من الحضارات القديمة، كحضارة بلاد الرافدين والحضارتين الفرعونية واليونانية وغيرها (يونس، 190:2008). وتظهر الدراسات التاريخية، أن الفراعنة كانوا يمارسون العلاقات العامة في إدارة أمورهم وتوجيه سياساتهم، وإشباع حاجات الناس المعرفية. وفي روما كشفت الدراسات عن المبادئ الإرشادية التي كانت تستخدم لتوجيه الأفراد في أعمالهم وأماكن تواجدهم، واستخدمت أساليب وقنوات اتصال من قبل الحكومة لمخاطبة الناس وإرشادهم (اللوذي، 32:2010). وقد ظهرت العلاقات العامة بمفهومها الحديث في العصر الحديث وتحديداً في بدايات القرن العشرين. يقول سيتل (Seitel 1984:5): "بطريقة أو بأخرى نحن نمارس نشاط العلاقات العامة يوميا، وبالنسبة الى المنشأة فإن كل محادثة تلفونية وكل رسالة مكتوبة، وكل مقابلة شخصية تعتبر ممارسة لعملية العلاقات العامة".

يعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها (Seitel, 2004:13): "الجهود المقصودة والمخططة والدائمة التي تهدف الى بناء حالة من الفهم المشترك بين المؤسسة وجمهورها، والمحافظة عليها. ويعرفها إمام (4:1981) بأنها: علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية وموضوعية، بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس التعاون والمحبة والوعي. ويعرفها الصرايرة بأنها: "جهود علمية مركبة، ذات أبعاد إدارية واجتماعية واتصالية وتسويقية، تقوم بها مؤسسة معينة بهدف تحقيق التوافق المصلحي مع جمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء من خلال القيام بوظائف محددة تستند الى البحث والتخطيط والتنسيق والتقييم" (الصرايرة، 17:2001). أما التعريف الذي قدمه جريرويلد فهو: العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برنامج يهدف الى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه (الخطيب، 26:2009).

أهمية العلاقات العامة

لم تبدأ ممارسة العلاقات العامة على أسس علمية إلا في بدايات القرن الماضي. وظهرت المحاولات الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما تم انشاء أول مكتب استشاري متخصص في مجال العلاقات العامة في عام 1916، ثم بدأت تظهر بوادر الحاجة المتزايدة لأهمية نشاط العلاقات العامة ودورها في تحقيق الكثير من أهداف التنظيمات المختلفة. وازدادت حركة التطور بعد الحرب العالمية الثانية، حيث ابتدعت أساليب وطرق لإقامة التحالفات وإقناع الشعوب ببعض السياسات الحكومية (اللوزي، 2010:33)، إضافة الى ذلك فقد ساهمت عوامل عديدة في تطور هذا المفهوم، ومنها (جرادات والشامي، 2009:50):

1- التوسع الصناعي والتقدم التكنولوجي: على أثر التطور الصناعي وتوسعه واتساع رقعة النشاطات الاقتصادية، ازداد التنافس بين المؤسسات والمنظمات الصناعية والتجارية، ورافق ذلك التطور توسعا في الإنتاج الكبير الذي يستلزم أسواقا كبيرة للتصريف في ظل أجواء المنافسة الشديدة، وتطورت وسائل الإعلان والترويج والدعاية. واقترن هذا التطور ببعض المشاكل منها مشاكل العمل والإنتاج، مما أدى الى زيادة الضغط من قبل الرأي العام لإنصاف العمال وتهيئة ظروف العمل المناسبة.

2- دور نقابات العمال: رافق التطور الصناعي ظهور تجمعات ونقابات عمالية لعبت دورا مهما في عملية الإنتاج وتوجيه جمهور العمال. وأصبح لهذه النقابات قوة مؤثرة تشارك في توجيه العمل بالمؤسسات المختلفة، الأمر الذي دفع باتجاه الاهتمام بتوطيد العلاقة بين النقابات والمؤسسات بشكل يخدم المصلحة العامة.

3- دور الحكومة في الإنتاج: أصبح تدخل الحكومة المباشر أو غير المباشر في تنظيم الاقتصاد الوطني أمرا لا بد منه من خلال إشرافها وتنظيم أعمال المؤسسات، وإصدار قوانين ولوائح مختلفة تحدد طبيعة العلاقات بين الإدارة والعاملين من ناحية، والتطور في النظم الاقتصادية والاجتماعية من ناحية أخرى، وهنا تلعب العلاقات العامة دورا مهما في توضيح هذه العلاقات والضوابط وتنسيق بين المؤسسات والجهات الحكومية العليا.

4- دور الرأي العام: كنتيجة لتطور المجتمعات وتقدمها، بدأت هذه المجتمعات تحترم إرادة الإنسان وحقه في التعبير عن رأيه دون وساطة أو وصاية. لذلك أصبح المواطن قوة لا يستهان بها، كما أصبح للرأي العام قوة وتأثير ودور أساسي في قيام الحكومات أو إسقاطها، مما دعاها الى الاهتمام بالرأي العام من خلال شرح سياساتها بهدف تهيئة الجمهور وتعبئته لقبولها وتأييدها.

5- تطور وسائل الاتصال: حيث تلعب عملية الاتصال دورا أساسيا في تسهيل أو تعقيد عملية أداء الفرد لعمله من خلال تأثيرها على آراء العاملين والجمهور الخارجي. وتعتبر وسائل الاتصال جوهر عملية العلاقات العامة حيث تهدف الى تحقيق التفاهم المشترك بين أفراد المؤسسة وإدارتها من جهة، وبين المؤسسة وجمهورها الخارجي من جهة أخرى، وبذلك تساعد على خلق جو من التعاون الذي يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة.

6- العلاقات العامة والسلوك الانساني: قام علماء النفس والاجتماع والرأي العام بدراسة سلوك الأفراد والجماعات والمجتمعات للوقوف على أساليب التأثير والتأثر، وطرق التغيير والتحول في القيم والمفاهيم والعواطف والمشاعر، وأيضا في السلوك والتفكير.

وقد برزت أهمية للعلاقات العامة في كافة المؤسسات سواء كانت خدمية أم إنتاجية، ويمكن تلخيص هذه الأهمية في النقاط الآتية (رزق الله، 2001:25):

- تهيئة الرأي العام لتقبل الأفكار والآراء الجديدة، وإيجاد الدعم والمساندة من قبل الجمهور.
- كشف اتجاهات الرأي العام مما يساعد على بلورة وتطوير سياسات المؤسسات وتعديلها وفقا لهذه الاتجاهات.
- المساهمة في توطيد واستقرار علاقات العمل والعلاقات الانسانية للجمهور الداخلي للمؤسسات.
- غرس مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المختلفة تجاه جماهيرها.

أهداف العلاقات العامة

تهدف العلاقات العامة بالأساس الى رعاية العلاقات الانسانية السليمة في المجتمع، وكسب ود الجماهير، وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية وغيرها من جهة، وبين الجماهير من جهة أخرى. كما أنها تعد أداة ضرورية لتشكيل علاقات مؤثرة بين المؤسسات، وضمان استمرارها. ومن الأهداف التي تسعى المؤسسات الى تحقيقها، وإنجاح وظائفها ضمن مراحل محدده، ووفقا لتنظيم خاص يختلف من مؤسسة لأخرى، هذه الأهداف هي (الشربيني، 2009:62):

- تأسيس هوية المؤسسة.
- معالجة الأزمات التي قد تواجه المؤسسة (الداخلية والخارجية).
- تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة، أي قبولها كفكرة وقبول ما تقدمه من سلع أو خدمات.
- تحقيق سمعة طيبة للمؤسسة.

- الوصول للجمهور المعني، وتحقيق التواصل المطلوب معه.

ويرى الصرايرة أن الأهداف العامة الرئيسية التي يجب أن تنطلق منها إدارات العلاقات العامة، تتركز في أربعة أهداف أساسية، هي (2001:18):

1. بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
2. المحافظة على حالة من الثقة والرضا بالمؤسسة لدى الجماهير.
3. تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة لدى الجماهير.
4. تشكيل حالة من التوافق المصلحي بين المؤسسة وجماهيرها.

إن الهدف الأسمى للعلاقات العامة الذي تلنقي حوله باقي أهدافها الأخرى هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه تغيرات سريعة، أي أن المهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته، والتنسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقاً لمصالح البلاد العليا، وكثيراً ما تصطدم المصالح المتنافرة في المجتمعات الحديثة، الأمر الذي يستدعي اللجوء لخبراء العلاقات العامة للبحث عن حلول للأزمات بالطرق السلمية ودون استعمال العنف (الدليمي، 2005:40). وفي إطار محاولة العلاقات العامة إيجاد رابطة قوية بين المؤسسة وبين الجماهير المتصلة بها، حاولت جهات متخصصة أيضاً تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو الآتي (أبو أصبع، 2009:111):

- دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- العمل كنظام إنذار مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.
- توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع.
- العمل على معالجة الأزمات بالتعاون مع الإدارة العليا.

لذلك تأتي العلاقات العامة في مقدمة نشاطات الاتصال الانساني التي تستهدف التأثير في الرأي العام سواء على صعيد الجماهير الداخلية للمؤسسات أو الجماهير الخارجية. ويمتد طموحها الى صياغة الصورة الاجتماعية

للشعوب. كما تتبثق أهداف العلاقات العامة من أهداف المؤسسة ككل، وهي ترتبط بفلسفة إنسانية اجتماعية تعترف بقيمة الفرد وقيمة الجماعة، ولذلك تسعى الى تحقيق تفاهم وتوافق بين المنظمة، وعناصر المجتمع بكافة فئاته.

وظائف العلاقات العامة

يرى بيرنيز Bernays بأن للعلاقات العامة تاريخاً ثلاث وظائف هي: إعلام الناس، وإقناعهم، وإدماجهم بعضهم ببعض. حيث أن إعلام الأفراد أساسي للوجود في ظل المجتمع التنافسي، والمعرفة مهمة لكل فرد للتعامل مع الآخرين سواء أكانوا أفراداً أم مؤسسات، ومن خلال الإقناع يمكن للأفراد أو الجماعات ضمان القرارات العامة المستندة الى المعرفة والفهم. وأخيراً فإن وظيفة الإدماج وظيفية حيوية للعلاقات العامة التي تسعى من خلالها الى تكيف الأفراد، وتنمية قدرتهم على التفسير، وبالتالي اندماج الأفراد والجماعات والمجتمع في حالة فهم مشترك (أبو أصبع، 2009:113).

وتشير الدراسات الى المسؤوليات أو الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها، ويمكن إجمالها في خمسة أدوار رئيسية هي (سلطان، 2011:41):

1. العمل كمصدر مركزي للمعلومات الخاصة بالمنظمة، فضلاً عن دورها كقناة اتصالية بين المنظمة وجمهورها.
2. العمل على نقل الحقائق والآراء والتفسيرات ذات الصلة بعمل المنظمة من خلال القنوات المناسبة لإبقاء الجمهور على إطلاع بأفعال المنظمة وسياساتها.
3. العمل على تنسيق النشاطات والفعاليات ذات الصلة بالجمهور سواء أكان جمهوراً عاماً أو جمهوراً نوعياً.
4. العمل على جمع المعلومات الخاصة، بأي تغييرات تحدث على اتجاهات الجمهور العام، واتجاهات فئات محددة من الجمهور.
5. العمل على تخطيط البرامج والإستراتيجيات الاتصالية، وتنفيذها من أجل تحقيق الأهداف المرسومة.

وتعد العلاقات العامة ممارسة منظمة، وجهوداً دائمة تعمل على تشكيل حالة من التكيف المستمر بين المؤسسة وجمهورها. وتتطلب عملية التكيف هذه، القيام بوظائف محددة تقود في محصلتها الى حل المشكلات باعتبار أن العلاقات العامة في جوهرها عملية لحل المشكلات ومواجهة الأزمات. وهذه الوظائف الأساسية هي (الصرابرة، 2001:24):

1- البحث العلمي Fact Finding: ويتضمن دراسة الآراء والاتجاهات وردود أفعال الجماهير تجاه سياسات

المؤسسة وقراراتها. كما يتضمن تحديد الحقائق ذات الصلة بالمؤسسة، وتجييب وظيفة البحث العلمي على سؤال ماهي المشكلات التي تواجهها المؤسسة؟

2- التخطيط Planning: وتشمل عملية تضمين سياسات المؤسسة وبرامجها بما توصل إليه البحث العلمي من

آراء واتجاهات وردود أفعال من قبل الجماهير، ووضعها في شكل برامج ونشاطات وخطط تأخذ في الاعتبار المصالح المشتركة للمؤسسة والجماهير على حد سواء، وتجييب هذه الوظيفة على سؤال: ما الذي يمكن عمله؟

3- الاتصال Communication: تتضمن هذه الوظيفة تبادل المعلومات والآراء والتفسيرات بين المؤسسة وجمهورها. وتجييب هذه الوظيفة على سؤال ما الذي تم فعله، ولماذا؟

4- التقييم Evaluation: ويشمل تقييم النتائج التي وصلت إليها الخطط والبرامج، ودرجة فاعليتها بشكل عام، إضافة الى درجة فاعلية الأساليب والأدوات المستخدمة. وتجييب هذه الوظيفة على سؤال: ما الذي تحقق؟

الاتصال والعلاقات العامة

يشير ديفيد مورنتسن David Morntesn الى أن الاتصال يحدث من أناس يحاولون استخدام قوة الكلمات المنطوقة أو المكتوبة للتأثير على الآخرين. وبما أن الاتصال يكاد يكون عاملا مشتركا في كثير من المهن والمجالات، فإن إدارة العلاقات العامة تعتمد على الاتصال في الوصول الى الجماهير الداخلية لتقريب وجهات النظر، وتسهيل وصول المعلومات الى الإدارة العليا لمساعدتها على اتخاذ القرار، وأيضا في الوصول الى الجماهير الخارجية لبناء صورة إيجابية للمؤسسة، ومد جسور الثقة وتحقيق المصلحة المرجوة للطرفين (سلطان، 2011:89).

لذلك يعتبر الاتصال هو جوهر أي برنامج للعلاقات العامة، وأن أي عملية للعلاقات العامة تصمم لجعل هذه الخطوة فعالة ومؤثرة. وفي إطار الأبعاد الاتصالية يمكن تعريف الاتصال للعلاقات العامة بأنه: "تلك العملية الهادفة الى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل التنظيم أو خارجه باستخدام وسيلة أو وسائل معينة خلال إطار موقفي يجمع بينهما لغرض تحقيق التفاعل والتفاهم نحو تحقيق الأهداف" (سلطان، 2011:89). ومن هنا ازدادت حاجة المؤسسات لاستخدام كل الوسائل والأساليب الاتصالية الحديثة. إلى جانب وسائل الاتصال المعروفة في مجال العلاقات العامة، تأتي الشبكة العالمية "الإنترنت" Internet في مقدمة هذه الوسائل الاتصالية في مجال العلاقات العامة، حيث إنها تعد من أهم منتجات تطور تكنولوجيا المعلومات في هذا العصر بشكل غير

مسبق، ليس في مجال الكمبيوتر فحسب، وإنما في مجال الاتصالات على وجه العموم. حيث أتاح هذا التطور إمكانية التقاء تكنولوجيات مختلفة معاً، فيما يعرف بانصهار أو اندماج التكنولوجيا، لتكون منتجاً جديداً مختلفاً يحمل صفات كل تقنية على حدة، لكن في مجمله يشكل منتجاً متفرداً في صفاته وقدراته. مما أدى الى ظهور عدد كبير من المواقع الإخبارية والمنتديات والمدونات، ووسائط النشر الإلكترونية المختلفة (الدليمي، 2011:86).

وفي مجال العلاقات العامة تستطيع المؤسسات والمنظمات توظيف خدمات شبكة الإنترنت، ومن أبرزها تصميم موقع إلكتروني على الشبكة - الويب، بحيث يمثل أداة حيوية للاتصال بجمهور المؤسسة والعالم الخارجي بشكل عام، ويعكس صورة حسنة للمنظمة، على أن يتم مراعاة الجوانب الفنية في هذه المواقع الى جانب المضامين التي تحتويها، ونشر كافة المعلومات التي تعرّف بالمنظمة، وأنشطتها المختلفة (الدليمي، 2011:87).

أما فيما يتعلق بالهدف، فإن مادة العلاقات العامة يتم إنتاجها بشكل عام لسببين رئيسيين: للإعلام أو الإقناع. وتعتمد الإستراتيجية بشكل كبير على الهدف المرسوم لتحقيقه من مادة معينة. وأيضاً فإن اختيار الوسيلة لتقديم المادة، تحدد أيضاً الأسلوب والشكل. حيث تستخدم المجلات التجارية أسلوب كتابة المجلة العامة، أما النشرات الإخبارية فهي أكثر مباشرة واختصاراً، وغالباً تستخدم أسلوب تغطية إخبارية مباشرة. بينما الكراسات والكتيبات تختلف من حيث الأسلوب والطول وفقاً لهدفها، ويمكن أن تجمع الكتابة للإنترنت جميع هذه الأساليب بأشكال مختصرة أو مفصلة (Bivins, 2008:7).

العلاقات العامة في الجامعات

تعتبر إدارة العلاقات العامة وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع الخارجي، فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات والهيئات الأكاديمية العلمية على المستويات المحلية والعربية والدولية كافة. وهي تنقل صورة الجامعة فكرياً وثقافياً وعلمياً نقلاً أميناً واضحاً جلياً عبر وسائل الإعلام المختلفة، ومن خلال الأنشطة المتنوعة بالتعاون مع أسرة الجامعة هيئات وأفراد، إيماناً بالتكامل في الأدوار، وسعياً لكمال الرسالة، وتجسيداً لمقولة "العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة" (حجاب، 2007:444).

وتسعى إدارة العلاقات العامة في الجامعات الى تحقيق جملة من الأهداف التي يمكن تحديدها بناءً على توجهات وسياسات الإدارة العليا للجامعة، ويمكن تحديدها فيما يأتي (الدليمي، 2005:174):

1. الإعلام عن أهداف الجامعة، وأوجه نشاطها المختلفة وبث المعلومات عن تلك الأهداف للجمهور.
 2. توطيد الصلة بين الجامعة وباقي الجامعات والهيئات والمؤسسات العلمية الحكومية والخاصة من أجل دفع البحث العلمي باتجاه التطبيق العملي في الواقع، وبالتالي الاستفادة المادية منه.
 3. إقامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية والخارجية والمعارض.
 4. كسب ثقة وتعاون الجمهور الخارجي للجامعة من خلال التأكيد على دور الجامعة في خدمة المجتمع والمساهمة في تطويره، وأن الجمهور المكون لمجتمع الجامعة هو الغاية الأساسية لعمل الجامعة وأنها مع المجتمع بجميع تفاعلاته.
 5. نقل أفكار وآراء ومقترحات الجمهور الداخلي أو الخارجي للجامعة الى الإدارة العليا لغرض دراستها والتعرف عليها.
 6. تحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي أو الخارجي.
 7. تدعيم العلاقة بين الطلاب والأساتذة وبناءها على الأسس السليمة.
 8. إيجاد قنوات اتصال بين الجامعة وسائر المؤسسات ذات العلاقة معها.
 9. إيجاد الصلة المشتركة بين الإدارة العليا وبقية الأجهزة التابعة لها من خلال إيجاد مرونة في العمل، والفهم المتبادل وشرح السياسة العامة للجامعة.
 10. التعريف بأساليب العمل والإدارات والأقسام والفروع المكونة للهيكل التنظيمي للجامعة.
- كما يرى عوجة أن أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي يمكن تلخيصها فيما يأتي (1985: 93-98):

1- تنمية الثقافة العامة:

ينبغي للعلاقات العامة بالجامعات أن تقوم بتنظيم الندوات الثقافية والمحاضرات العامة التي توسع مدارك الطلاب، وتفتح الأذهان على القضايا الفكرية المهمة. وأيضاً تشجيع الطلاب على التردد على مكتبات الجامعة، وتزويد هذه المكتبات بالصحف والمجلات المحلية والعالمية، وتيسير إطلاع الطلاب عليها، وتشجيع الطلاب على المساهمة والانخراط في الفنون المختلفة التي تنمي مواهبهم، بإتاحة الفرصة لهم في إقامة المعارض الفنية والمشاركة في الحفلات وتنظيم المسابقات الفنية والأدبية.

2- الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب:

يجب أن تؤمن الجامعة للطلاب الرعاية الصحية الكاملة. وأن تساهم العلاقات العامة بالجامعة في تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المسابقات بين الكليات المختلفة وبين الطلاب، والأساتذة والإداريين والخريجين. ومن الممكن أن تساهم العلاقات العامة من خلال فروعها في الكليات المختلفة مع الإخصائيين الاجتماعيين فيها في التعرف على المشكلات التي تواجه الطلاب، ومساعدتهم في التغلب عليها وإيجاد الحلول المناسبة.

3- استقبال الوفود الطلابية الزائرة:

ينبغي لكل الجامعات أن تتبنى خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات والمعاهد الأخرى. وأن تقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه الزيارات لتحقيق أهدافها العلمية والثقافية والترفيهية. وتكمن وظيفتها باستقبال هذه الوفود وإتاحة الفرص لها للتعرف على أنشطة الجامعة المختلفة، وتنظيم لقاءات لها مع كبار مسؤولي الجامعة وأساتذتها وطلابها في التخصصات المختلفة، واصطحابهم في جولة حول منشآت الجامعة، وتقديم الهدايا التذكارية التي تحمل مغزى خاصا بالجامعة.

4- إعلام الطلاب وتوعيتهم:

تتفاوت أهمية هذا الهدف بين الطلاب القدامى والجدد، فالطلاب الجدد في أمس الحاجة الى التعرف على أنشطة الجامعة وأنظمتها وسياساتها، والكليات والأقسام التي تضمها، ومناهج الأقسام المختلفة ومحتوى المواد في نظام الساعات الذي يسمح للطلاب بقدر معين من حرية الاختيار. وتتنوع الوسائل الإعلامية التي تحقق هذه الأهداف وغيرها مما يجري داخل الجامعة، فهناك الكتيبات أو النشرات أو الدليل أو صحيفة الجامعة أو حتى ما ينشر في وسائل الإعلام العامة أو اللقاءات والاجتماعات التي يعقدها كبار المسؤولين.

5- تنظيم حفلات التخرج:

تعد حفلات التخرج مناسبة جيدة لتوطيد صلة الجامعة بطلابها المتخرجين وبأولياء أمور الطلاب. وينبغي أن تكون هذه المناسبة فرصة حقيقية لتشجيع الطلاب على التفوق العلمي، وتكريم المتفوقين منهم. كما يجب تنمية الروابط مع الجماعات المهنية المختلفة بدعوتها لحضور المناسبات الملائمة لتشجيع هذه الجماعات في التعرف على كوادرات الخريجين الجدد، وتهيئة سوق العمل.

6- ربط الجامعة بالمجتمع المحلي:

لابد للجامعة من تشجيع البحوث والأنشطة التي تهدف الى خدمة المجتمع المحلي، وأن تنظم العلاقات العامة بالجامعات الأحداث الخاصة التي تهدف الى تنشيط الاتصال بالجمهور العام، وتأكيد دور الجامعة في خدمة المجتمع من خلال الأيام والأسابيع الخاصة كأسبوع المرور أو أسبوع النظافة وغيرها من المناسبات التي تنشر الوعي بين أفراد المجتمع المحلي، أو تثير اهتمامه بإحدى القضايا العامة.

7- توطيد الصلات بوسائل الإعلام:

تقوم إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات بتوطيد علاقاتها بالعاملين في مجال الإعلام وإمدادهم بالمعلومات الكاملة التي تساعد على توضيح صورة هذه المؤسسة أمام الرأي العام. والجامعات من المؤسسات العامة التي تهتم الرأي العام وتمس اهتماماته المباشرة. ولذلك ينبغي أن تحرص العلاقات العامة بالجامعات والمعاهد العليا على تنمية الروابط مع رجال الإعلام الذين لهم صلة أو اهتمام بالتعليم العالي، وإمدادهم باستمرار بكل ما يتعلق بسياسات الجامعة وإنجازاتها، وتوضيح وجهة نظرها في المشكلات المتعلقة بالطلاب أو البحث العلمي لكسب ثقة الرأي العام وتأييده.

8- توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة:

تعتمد بعض الجامعات على الدعم المالي الذي يقدمه الأفراد أو الهيئات أو الشركات، واعتماد البعض الآخر على الموارد المالية التي تقدمها الحكومات. وفي جميع الأحوال يلزم أن تساهم العلاقات العامة في كسب تأييد هذه الجهات للجامعة ولمشاريعها المستقبلية، وللدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع حتى يتحقق للجامعة الدعم المالي الذي يساعدها على أداء رسالتها.

9- استقبال الأساتذة الأجانب:

من الضروري أن تهتم الجامعات باستقبال الأساتذة الأجانب، وتدبير أماكن الإقامة المناسبة لهم، ومساعدتهم على التكيف مع الظروف الجديدة التي انتقلوا إليها، ومتابعة مشكلاتهم الناتجة عن هذا الانتقال وخاصة فيما يتعلق بالمجتمع الذي جاءوا إليه، وحل هذه المشكلات بالسرعة المناسبة. حيث أن الانطباع الأولي يتشكل لدى القادمين الجدد من اللقاء الأول وطبيعة استقبالهم والترحيب بهم وتسهيل متطلباتهم.

10- متابعة المعاملات والإجراءات الإدارية للأساتذة:

ينبغي أن لا تتحول طاقة الأستاذ الجامعي من العطاء العلمي الى متابعة أوراق السفر أو صرف المكافآت أو البدلات أو غيرها من المستحقات، أو أن تبذل جهوده بين متابعة المحاضرات والأبحاث والإعداد لإجراءات إدارية معقدة لاعتماد الدرجة التي رقى إليها، أو الحصول على موافقة للاشتراك في مؤتمر علمي، أو غير ذلك من المعوقات التي تصرف الأستاذ الجامعي عن أداء واجبه على الوجه الأكمل.

11- السمعة الطيبة:

السمعة الطيبة لأي فرد أو منظمة ليست وليدة اليوم أو الأمس، وليست انعكاساً لحدث هنا أو هناك، وإنما هي عمل مخطط ومنظم ومستمر. والعلاقات العامة وهي تسعى الى تحقيق السمعة الطيبة تعتمد على التأثير المتراكم للأنشطة والبرامج التي تنفذها لتحقيق أهداف بعيدة ومتوسطة وقصيرة. وإذا كان من اليسير تقويم الأنشطة الإنتاجية للسلع والخدمات الملموسة أو المنظورة، فليس ذلك حال أنشطة العلاقات العامة التي تسير في مجال غير منظور هو مجال الآراء والاتجاهات والمعنويات بصفة عامة.

وهذا يوضح صعوبة تحقيق هذا الهدف الذي يعتمد بصفة أساسية على تضافر الجهود المختلفة داخل الجامعة لإقامة أسس البناء الجامعي على دعائم ثابتة داخلياً، والانطلاق بعد ذلك الى المجتمع الخارجي من خلال الاتصال غير المباشر عن طريق الوسائل الجماهيرية لتكوين صورة الجامعة في أذهان الجماهير. ومما لا شك فيه أن تحقيق الأهداف السابقة مجتمعة يساهم في تكوين السمعة الطيبة، بالإضافة الى ما تحققه الجامعة من إنجازات علمية تخدم المجتمع وتحقق له التقدم والرفي. وتنعكس آثار هذه السمعة مرة ثانية على سير العملية التعليمية، فالسمعة الطيبة هي التي تجعل الطالب أو الأستاذ يفضل جامعة على أخرى، والموارد المالية التي تساعد الجامعة على أداء رسالتها سوف تتدفق من مصادر الدعم المختلفة استناداً الى هذه السمعة.

ويمكن تحديد اختصاصات جهاز العلاقات العامة في الجامعات كما يلي (زويلف، 2010:160):

- العمل على تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة في الجامعة لتحقيق الانسجام والتكامل.
- توثيق الصلات والعلاقات بين أفراد الإدارة الجامعية من أكاديميين وإداريين.
- توضيح سيرة الجامعة وأنظمتها للمجتمع المحلي.
- تنظيم زيارات لفئات متنوعة من المجتمع المحلي للاطلاع على الفعاليات الجامعية.

- التعاون مع عمادات شؤون الطلبة، ودائرة القبول والتسجيل.
 - الدعوة للمؤتمرات الصحفية.
 - المشاركة في الإشراف على إعداد النشرات والأفلام وأدوات العلانية الأخرى.
 - المشاركة في الإشراف على مكتب الخريجين.
 - التنسيق مع الدوائر المختصة لتوفير احتياجات أنشطة مختلفة الجهات في الجامعة.
- أما وظائف العلاقات العامة في الجامعات، فيشير الدليمي إلى مجموعة من الوظائف من بينها (الدليمي، 175:2005):

1. إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بعمل العلاقات العامة ونشاطها في الجامعة.
 2. وضع الخطط والبرامج المدروسة لعمل العلاقات العامة في الجامعة سواء كانت قصيرة أو طويلة المدى، ومحاولة معالجة الأزمات والمشاكل الطارئة.
 3. توفير الأساليب والطرق المناسبة للاتصال بين الإدارة والجمهور.
 4. رفع كفاءة العاملين في الجامعة من خلال ضخ المعلومات الحديثة في مجال تخصصهم والمعلومات التي تخص الجامعة وأخبارها.
 5. التنسيق بين أجهزة الجامعة المختلفة وقسم العلاقات العامة في ممارسة نشاطها العام.
- ويمثل جمهور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي كل من تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة مع هذه المؤسسات. ويتأثر جمهور الجامعات كغيره، بالرسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة، وفي الوقت نفسه يؤثر في صورة المؤسسة الذهنية لدى الآخرين. ويمكن تحديد جمهور الجامعات في الفئات الآتية (الدليمي، 177-167:2005):

- **الطلبة:** يعتبر الطلبة من أهم فئات الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها. فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة لبقية الأفراد في المجتمع؛ بحكم تمثيلهم لجميع الفئات في المجتمع، فمنهم من يأتي من الريف ومنهم من يأتي من المدينة، وهؤلاء الطلاب يمثلون الهدف الرئيسي لنشاط العلاقات العامة من خلال العناية بهم والتعرف على مشاكلهم وإيجاد الحلول لها، وكذلك مساعدتهم بتهيئة الأجواء المناسبة للدراسة، والتكيف مع البيئة الجامعية الجديدة.

• **الإدارة وأعضاء هيئة التدريس:** يعتبر عمداء الكليات أو أعضاء هيئة التدريس جمهوراً مهماً بالنسبة للعلاقات العامة من خلال ما يمثلونه كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، حيث أن عضو هيئة التدريس والمنتسبين للجامعة، يلعبون دوراً مهماً في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذل والإفادة الأكاديمية التي تقدم للطلاب، والبحوث التي تنجز للجامعة، إضافة إلى أن العاملين على مختلف المستويات الإدارية يساهمون في تكوين هذه الصورة عن طريق الالتزام باللوائح والإرشادات الأكاديمية داخل المؤسسة. وهذا يتطلب توفر معلومات كافية لدى هذه الفئة عن سياسات الجامعة وبرامجها والمشكلات التي تواجهها، مما يستدعي ضرورة تدفق المعلومات على المستوى الداخلي بشكل مستمر.

• **المجتمع المحلي:** من الضروري أن يتضمن برنامج العلاقات العامة اهتمام خاص بال جماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها والتأثير فيها لكسب ثقتها، ووقوفها في صف الجامعة. وذلك من خلال التعرف على مشاكل هذا المحيط الخارجي، والمساهمة في حل مشاكله، وتحقيق الرخاء والرفاهية له، فهذه المهمة تمثل الأساس لعمل الجامعة والهدف الأسمى لها، خاصة إذا ما أتيحت للأفراد فرصة المساهمة في التعبير عن آرائهم في القرارات التي تؤثر بشكل مباشر عليهم.

• **المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية:** تهتم كل مؤسسة مهنية بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها من حيث إعداد الخريجين ومستواهم العلمي، ومستويات البحوث ونتائجها وتوصياتها وكذلك التطبيق المباشر لها، مما يمهد للتعاون فيما بين الجامعة وتلك المؤسسات على أساس المنفعة المتبادلة، ولا سيما المنفعة المادية للجامعة.

واضح أن مؤسسات التعليم العالي، وتحديدًا الجامعات منها، قد اهتمت بشؤون العلاقات العامة وأسست إدارات للعلاقات العامة تمثل الجامعة لدى المجتمع الداخلي والخارجي، فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات والهيئات الأكاديمية العلمية على المستويات المحلية والعربية والدولية كافة. وهي تنقل صورة الجامعة فكرياً وثقافياً وعلمياً نقلاً أميناً واضحاً عبر وسائل الإعلام المختلفة، ومن خلال الأنشطة المتنوعة بالتعاون مع أسرة الجامعة هيئات وأفراد، إيماناً بالتكامل في الأدوار، وسعيًا لتطوير الرسالة، وتجسيداً لمقولة "العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة" (حجاب، 2007:444).

واتجهت مؤسسات التعليم العالي، ومن بينها الجامعات، كغيرها إلى بناء مواقع إلكترونية لها على الشبكة العالمية لخدمة أغراض متنوعة، وساعد في ذلك انخفاض الكلفة المادية وسهولة الاستخدام وأهمية المردود. وللمواقع

الإلكترونية للجامعات أهمية ملحوظة، حيث تساهم في توفير معلومات متكاملة عن المؤسسة وتاريخها، والخدمات التي تقدمها، ومصادر المعلومات، والبرامج الأكاديمية التي تطرحها، والمراكز التي تحتويها، والأنشطة التي تمارسها، والدور الذي تؤديه للمجتمع المحيط، وكافة أخبارها وغيره. وكان للجامعات العربية حضوراً كبيراً في مجال توفير مواقع الكترونية، غير أنها تبدو متفاوتة من حيث الشكل والمضمون.

وخلال السنوات الأخيرة اكتسبت مبادرات تصنيف الجامعات وترتيبها على الشبكة العالمية أهمية كبيرة، ليس فقط بين الأوساط الأكاديمية؛ بل داخل المجتمع بكل مكوناته. وعلى الرغم من عدم وعي الأفراد بدرجة التعقيد المصاحبة لعملية التصنيف وعناصرها ومعاييرها، لكنهم معنيون بمعرفة موقع المؤسسة التعليمية في قائمة الترتيب العالمي. ولعل إدارات الجامعات، وأعضاء هيئة التدريس والطلبة معنيون أكثر بموقع مؤسستهم في قوائم التصنيفات المختلفة. ولابد من الإشارة إلى أن اختلاف التصنيفات العالمية المعنية بتصنيف الجامعات في المعايير التي تضعها لتقييم المواقع الإلكترونية للجامعات، إلا إنها تعكس بصورة أو بأخرى عناصر ذات علاقة بمستوى المؤسسة التعليمية بصورة مباشرة أو غير مباشرة (الهاشم وآخرون، 2012:174).

وخلاصة القول أن الجامعات كغيرها من المؤسسات المختلفة تهتم بشكل كبير بنشاطات العلاقات العامة ولهذا اهتمت العديد من الجامعات بإنشاء أجهزة للعلاقات العامة تكون قريبة من الإدارة العليا لتوثيق الصلة بين الجامعة وجمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء.

الفصل الثاني

العلانية في مجال العلاقات العامة

• مفهوم العلانية

ترتكز العملية الاتصالية للعلاقات العامة على مفهوم العلانية التي تعد من أهم المفاهيم في مجال العلاقات العامة. ويرى Lesly (1991:322) أن العلانية ليست مجرد عملية جمع المعلومات والقصص والصور في الصحافة اليومية، بل عملية خاصة ومخططة لجمع آلاف التفاصيل الصغيرة في جمل مقصودة وهادفة. والعلانية الفعالة تبدأ عندما يرى الأفراد المواضيع التي تهمهم في الصفحات الأولى في وقت مبكر وبطريقة احترافية وعملية. ويقصد بالعلانية أيضاً: عملية نشر المعلومات التي تهدف إلى تفسير المؤسسة لجماهيرها من خلال إبراز سياساتها ودورها في خدمة محيطها، وذلك بالتركيز على اسم المؤسسة ومكانتها وصورتها داخل المجتمع (الصريرة، 2001:109). وترى الباحثة أن العلانية هي العملية التي تؤدي إلى نشر معلومات محددة سلفاً، عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، وتكون مقصودة لتحقيق أهداف معينة تعنى بالمؤسسة وجماهيرها.

ويكمن دور العلانية في جذب الانتباه إلى العمل الجيد الذي تقوم به المؤسسة، والذي يبرز شخصيتها. والهدف الرئيس من جهود العلانية هو استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية وغير الجماهيرية للتعريف بالمؤسسة، ودورها داخل محيطها. مع الإشارة إلى أن جهود العلانية تتزامن مع العمل الجيد والقرار الصائب والسياسة المتوازنة، وليست أداة للترويج لما ليس على حقيقته في الواقع (Cutlip & Others, 2000:355).

وتشير الدراسات إلى ضرورة ربط مفهوم العلانية بالمفهوم الاتصالي الشمولي. فالعلانية لا يمكن أن تكون بديلاً عن العمل الجيد أو القرار الصائب أو السياسة المتوازنة، بل يجب أن تكون تعبيراً صادقاً عنها. فالهدف الرئيس من جهود العلانية هو استخدام وسائل الاتصال المختلفة للتعريف بالمؤسسة ودورها في محيطها، لذلك تأتي جهود العلانية انعكاساً لواقع المؤسسة وليس إظهاراً لما هو غير صحيح (الصريرة، 2001:109).

تستخدم إدارات العلاقات العامة وسائل اتصالية متعددة لتحقيق أغراض متعددة كأن تتوفر هذه الأدوات في المجتمع، مع توافق الأنشطة التي تقوم بها، ووفرة الإمكانيات الفنية للعلاقات العامة وتناسبها مع الجماهير التي ترغب باستهدافها إلى جانب وفرة الاعتمادات المالية لهذه الوسائل (الجوهر، 2004:197).

• وسائل العلانية

تمارس المؤسسات المختلفة نشاطات العلانية المتعددة، من خلال ثلاثة محاور رئيسية، هي:

- **المحور الأول:** من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية أو ما يعرف بالعلاقات الإعلامية.
- **والمحور الثاني:** من خلال استخدام وسائل خاصة، وتعرف بالعلاقات مع الجمهور.
- **والمحور الثالث:** ظهر حديثاً مع ظهور الشبكة الإنترنت، والخصائص التي تتمتع بها، والتي أتاحت إمكانية التواصل من خلال وسائل الاتصال الإلكترونية، وتعرف بالعلاقات الاتصالية الإلكترونية، أو الاتصال عبر الوسائل الإلكترونية. وتتكون من مجموعة من القنوات من بينها: المواقع الإلكترونية والمنتديات والمدونات والبريد الإلكتروني وغيرها. وتتميز هذه الأدوات بمجموعة من السمات منها: إفادتها من التطورات التكنولوجية في عالم الاتصال، وقلة عدد القائمين بالاتصال إذ قد لا يزيدون عن فرد أو اثنين. والتجاوب الفوري من طرفي العملية الاتصالية، وإمكانية السيطرة على الطرف الاتصالي. الى جانب أن الاتصال بهذه القنوات غير محكم البناء، أي أن العملية الاتصالية غير منظمة وغير مخطط لها (سلطان، 2011:159).

أولاً: العلاقات الإعلامية

حل مفهوم العلاقات الإعلامية بدلاً من مفهوم آخر قديم وهو العلاقات الصحفية، ليعكس الأهمية المتزايدة لكافة وسائل الاتصال سواء أكانت صحفية مقروءة أو إذاعية مسموعة أو إذاعة مرئية. تساهم العلاقات الإعلامية الجيدة في تحقيق أغراض إستراتيجية طويلة المدى، مثل إبراز صورة المؤسسة أو العلامة التجارية، وتغيير اتجاهات الجماهير المستهدفة، وتحسين العلاقات مع المجتمع المحلي، وأيضاً تعزيز الاتصالات مع المستثمرين، الى جانب القدرة على التأثير على السياسات الحكومية محلياً ودولياً وغيره. ومن أمثلتها الصحافة المتخصصة، وصحافة الاهتمامات المتخصصة والوسائل الإذاعية (فيكر، 2004:204).

• الصحافة العامة Public Press

اثبتت التجارب التي أجراها لازارسفيلد ودوبوايلز وبييرلسون أن وسائل الإعلام المطبوعة كالصحف والمجلات والكتب واللافتات تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور القارئ؛ وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيئ لهم الدراسة المتأنية بالإضافة الى إمكانية قراءتها في الوقت والمكان المناسبين، مما يضيف عليها صفة الخصوصية. كما إنها تتوجه وتخطب

جماهير عريضة غير متجانسة. ويلخص كلابر مزايا هذه الوسائل بالقدرة على القراءة في الوقت المناسب وإعادة القراءة لمزيد من الفهم والتعمق، كما أن هذه الوسائل أكثر قدرة على معالجة الموضوعات وتناول تفاصيلها، وإمكانية عرض آراء مختلف الأقليات، وهو ما يصعب تحقيقه في الوسائل الأخرى (حافظ، 2009:254).

• الصحافة المتخصصة Specialized Press

تشتمل على المجلات والدوريات الأسبوعية والشهرية والفصلية المتخصصة بشؤون محددة مثل الصناعة والتجارة، كما تضم هذه الفئة على المجلات والدوريات التي تصدرها الهيئات المهنية، ومنها ما يصدر باسم القطاع الذي تتبعه، مثل المجلات التي تصدرها غرف التجارة والصناعة ونقابات الأطباء والمهندسين وغيرها من المهن، والمجلات المختصة بشؤون المرأة. ويغلب على المادة الصحفية التي تقدمها الصحافة المتخصصة صفة الموضوعات الصحفية التي تأخذ شكل التحقيقات والمقالات التحليلية والدراسات، إضافة إلى الأخبار والتقارير الإخبارية الجادة التي تقع ضمن اهتماماتها. وتعد الصحافة النوعية Quality Press من أعلى مستويات الصحافة المتخصصة، وتوجه إلى جمهور انتقائي. وعند التعامل مع هذا النوع من الصحافة لابد من مراعاة التالي (الصريرة، 2001:117):

- 1- أن تكتب الموضوعات الصحفية بلغة متخصصة ورزينة.
- 2- أن تغلب عليها صفة الموضوعات الصحفية التحليلية المتعمقة.
- 3- أن تعد من قبل خبراء في المجال الذي تعالجه.

• صحافة الاهتمامات الخاصة Special Interest Press

تخاطب هذه الصحافة جمهور محدد يشترك في اهتمامات خاصة مثل الحاسوب أو السيارات، أو الإلكترونيات وغيره. وتتميز عن غيرها من الصحافة بأنها تتوجه بشكل قوي نحو المستهلك. وتنتشر هذه الصحافة أخباراً وتحليلات حول ما يستجد في القطاع الذي تتخصص به. ويعد هذا النوع من الصحافة بالغ الأهمية في مجال العلاقات العامة باعتبارها قنوات ملائمة للترويج عن المؤسسة. وغالباً ما يأخذ هذا النوع من الصحافة شكل المجلة أو الدورية. وعند اعتماد هذا النوع من الصحافة كأداة علانية للعلاقات العامة، لابد من مراعاة التالي (الصريرة، 2001:118):

- 1- كتابة موضوعاتها التحليلية بلغة بسيطة يمكن استيعابها من قبل الجمهور المستهدف.
- 2- التركيز على الجوانب الفنية لما تقدمه، والتطورات التي استجدت عليها.
- 3- أن تعد موضوعاتها من قبل خبراء في المجال الذي تعالجه.

• الوسائل الإذاعية Broadcasting

وتشتمل على الراديو والتلفزيون. وتنقسم هذه الوسائل من حيث الدائرة الجغرافية التي تغطيها الى وسائل محلية ووطنية وإقليمية ودولية. ومع دخول تقنية الأقمار الصناعية برزت الى السطح وبقوة القنوات التلفزيونية الفضائية التي يمكن التقاط برامجها عالمياً. ومع أن العصر الذهبي للراديو قد ولى، إلا أن هذه الوسيلة ما زالت تحتفظ بأهمية في المجال الإخباري. وفي التلفزيون، تعد المواد المرئية عنصراً جوهرياً ومؤثراً في إيصال الرسائل نظراً لما تمنحه للموضوعات الإعلامية من حركة وحيوية وقدرة على الإيضاح والإبراز. لذا تبرز هنا أهمية فهم العاملين في مجال العلاقات العامة حقيقة المساهمة التي تقدمها المواد المرئية في إيصال الرسائل، ومنحها فرص أكبر للبث (الصريرية، 2001:118).

وتتنوع أدوات العلانية في مجال العلاقات الإعلامية بحسب قنوات الاتصال الجماهيرية المستخدمة لإيصال الرسائل، وطبيعة الموضوعات المراد نشرها أو بثها للجمهور. ومن أهم أدوات العلانية المستخدمة في مجال العلاقات الإعلامية ما يلي:

• المسبقات الإخبارية News Release

تعد المسبقات الإخبارية _ وتسمى أحياناً بالبيان الإخباري - من أكثر قنوات الاتصال الجمعي استخداماً في مجال العلاقات العامة، جراء انخفاض تكلفتها وسهولة إعدادها وإنتاجها، إلى جانب توفر مواردها. وتتطلب المسبقات الإخبارية المعرفة بالأخبار وماذا تعني. والتعريف الأكثر انتشاراً وقبولاً هو (الصريرية، 2001:123): كل شئ جديد، يثير اهتمام الجمهور العام فيما يتصل بشؤونهم الخاصة، أو العامة أو علاقاتهم الاجتماعية. وأفضل الأخبار تلك التي تحتوي على أعلى درجات الاهتمام لأكبر عدد من الناس. وبشكل عام هناك مجموعة من الخصائص التي أتفق الباحثين على ضرورة توفرها في الأحداث للحكم عليها كونها تشكل أخباراً صالحة للنشر أم لا، مثل: الأهمية، والتوقيت، والقرب المكاني والنفسي، والشهرة، والاهتمام (Bivins, 1999:53).

وتعرف المسبقة الإخبارية بأنها: وثيقة بسيطة بصيغة قابلة للنشر، تهدف إدارات العلاقات العامة في المؤسسات من خلالها الى نشر معلومات في وسائل الاعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية (Wilcox & others, 2000:471). كما تعرف بأنها: معلومات عن المؤسسة يراد لها أن تنتشر في وسائل الإعلام المختلفة المسموعة أو المرئية أو المقروءة، وغالباً ما تكون في الصحافة المطبوعة (خضور، 2006:85). وترى الباحثة المسبقة الإخبارية

بأنها: نشرة إخبارية، تحتوي على معلومات مصاغة بطريقة إعلامية مهنية، تهدف الى نشر معلومات معينة في مختلف وسائل الاتصال الجماهيري.

من أهم الاشتراطات والمواصفات التي من الواجب توافرها في أي مسابقة إخبارية حتى تحظى بفرص النشر من قبل وسائل الإعلام هي (المحمود، 2011:106):

الاختصار: حيث يتلقى المحررون في الصحف ووسائل الاعلام المختلفة عشرات أو مئات المسابقات الإخبارية يومياً، ولكن الاختيار للنشر يقع على النشرات التي تتم صياغتها بأسلوب مباشر ومختصر.

الصياغة السليمة: نص المسابقة الإخبارية يجب أن يكون مصاغاً بطريقة صحيحة، كأن تكون أفكارها متناسقة ومتسلسلة بطريقة منطقية، وخالية من الأخطاء الإملائية والمطبعية والنحوية.

الواقعية: يعني أن يكون الموضوع الذي تكتب عنه المسابقة الإخبارية مرتبطاً بحدث يتصل بالواقع الذي تهتم به الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية، ويستجيب للأحداث التي تجري في المحيط الجغرافي للوسيلة.

الفائدة والعائد: بالإضافة الى الدور الإعلامي للمسابقة، يجب أن تصاغ المسابقة بطريقة تجعل لها دوراً تثقيفياً وتعريفياً، فالمسابقة الناجحة هي التي تفيد القارئ ليس فقط في التعرف على نشاط ما وحسب، بل أيضاً توفر مادة مفيدة للمستهدف وتخدم مجال اهتماماته.

ومن أنواع المسابقات الإخبارية ما يلي (الجوهر، 2004:228):

المسابقة الإخبارية التقليدية: وتغطي كل المعلومات في المنظمة ذات القيمة والأهمية لوسائل الإعلام المحلية والقومية والعالمية، وتشمل التغيرات التي تحدث في إدارة المؤسسة كالتعيينات والإعفاءات والنقل وغيره، وعرض المنتجات والخدمات الجديدة، وجذب انتباه الوسائل الإعلامية الى حدث أو نشاط مستقبلي في المؤسسة أو موضوع ترغب المؤسسة في أن تتحدث عنه وسائل الإعلام وله علاقة بمنظمة الأعمال.

المسابقة الإخبارية عن المنتجات: يتعامل هذا النوع من المسابقات مع المنتجات الجديدة أو خطوط إنتاجية معينة، وتستهدف الوسائل الإعلامية التي تصدرها أو تديرها منظمات الأعمال الصناعية أو التجارية كالمجالات الاقتصادية أو محطات التلفزة والإذاعة وغيره. وهو يعرض المنتج أو الخدمة واستخداماتها، أو يتناول زاوية واحدة من الزوايا التي لها علاقة بالمنظمة.

المسبقة الإخبارية المالية: وتتعامل مع حملة الأسهم، وفي الوقت نفسه تمثل أهمية بالنسبة لوسائل الإعلام التي تهتم بالجوانب المالية والاقتصادية، حيث تخصص أغلب الصحف صفحة مالية أو نشرة مالية تعرض لمثل معلومات هذه المسبقات.

• مسبقات الموضوعات الصحفية Feature Releases

إن ما يفرق بين الموضوع الصحفي والخبر الصحفي يكمن في أسلوب المعالجة للمادة الصحفية. فالموضوع الصحفي يستند إلى المعالجة المتعمقة التي لا تهدف إلى الإطالة بقدر النفاذ إلى ما وراء المعلومة من خلال إعطاء أبعاد تحليلية وتفسيرية للموضوع. في حين أن الخبر الصحفي يهدف إلى الإبلاغ والإعلام حول الحدث. وتتضمن الموضوعات الصحفية أكثر من نمط تحريري، منها (Ayish, 1992:186):

- قصص الاهتمامات الانسانية: والذي يعرض الأحداث الغريبة والطريفة ذات الصلة بالعواطف والمشاعر.
- قصص اليوم التالي: ويتسم هذا النوع بأنه يجمع بين وظيفتي الإعلام والتفسير مع المحافظة على عنصر الحالية. فالتغطية الإخبارية لليوم التالي على الحدث تتجاوز التغطية التمهيدية إلى التغطية التسجيلية التي تضيف تفاصيل من واقع الحدث وتعرضها بشيء من التفصيل.
- التحقيقات الإخبارية الخفيفة: وتهدف إلى إعطاء مزيد من التفاصيل حول الحدث من خلال الإيضاح، وعرض وجهات النظر المختلفة، إضافة إلى الخلفيات التي تساهم في إعطاء القارئ صورة متكاملة عن الحدث.
- الموضوعات التفسيرية: ويسعى إلى تقديم مفاهيم وأفكار جديدة ذات الصلة بحدث معين، ويتميز بتركيزه على التحليل والتقويم، ويسعى إلى تكوين حالة من الفهم الشامل لأبعاد الموضوع.
- القصص الوصفية: هذا النوع من الموضوعات يهدف إلى نقل القارئ إلى قلب الحدث من خلال نقل صورة تفصيلية عبر الكلمات، ووصف الظروف والملابسات المحيطة بالحدث.

وينسحب مفهوم الموضوعات الصحفية على مجال العلاقات العامة ليشمل التقارير الصحفية بكافة أنواعها. ويمكن لأجهزة العلاقات العامة في هذا الصدد الاستفادة من مسبقات الموضوعات الصحفية بالتركيز على عرض تحليلات مالية حول المؤسسة، وإظهار موقع المؤسسة ضمن القطاع الذي تعمل به، ومساهماتها داخل المجتمع و تقديم النماذج الانسانية التي تميزت بابتكار معين أو أداء متميز، أيضا يمكن تقديم خدمة أو منتج بعرض المزايا وغيره (الصرايرة، 2001:128).

• اللقاءات والمؤتمرات الصحفية Press Meeting and Conferences

تشتمل اللقاءات الصحفية التي تنظمها أجهزة ودوائر العلاقات العامة مع الصحفيين والإعلاميين على المقابلات والمؤتمرات والندوات الصحفية، والدعوات الصحفية والحفلات الخاصة. وتهدف الأولى الى عرض قضايا ذات صلة بعمل المؤسسة، وهي تهدف الى دعم جهود الإعلام والإقناع والتفسير. خاصة في القضايا الجوهرية التي تمس المؤسسة بشكل مباشر وترغب في إطلاع الجمهور عليها (الصريرة، 2001:132).

وتعد الدعوات والحفلات نوع من الأحداث الخاصة التي تتطلب من إدارة العلاقات العامة إعدادها وتهيئتها والإشراف عليها، كما قد تكون حدثاً مستقلاً في ذاته تقوم به منظمة الأعمال لتوثيق العلاقة مع جمهور معين، وتزويد المعلومات إليه، أو قد يرتبط بحدث أو نشاط آخر تقوم به المنظمة كالا اجتماع أو اللقاء أو حلقة دراسية وغيره (الجور، 2004:286).

وتعد اللقاءات الصحفية بكافة أنواعها من أدوات وقنوات الاتصال الجمعي التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتحقيق الاتصال المباشر مع كافة الوسائل الإعلامية، وتوثيق الصلة بها.

• الإذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة

تعد الإذاعة والتلفزيون من وسائل الاتصال الداخلي، حيث تستخدم لأغراض عديدة منها إذاعة برنامج للموظفين، حيث يتم إعلام الموظفين ببرامج جديدة للخدمات أو الميزات الإضافية التي أدخلتها المنظمة، أو إخطارهم بنشرات أو بلاغات معينة، أو إعلامهم بأخبار عن المنظمة بصفة عامة. ويمكن إعداد المواد المعدة للبث التلفزيوني في شكل أشرطة فيديو أو أفلام وقد يكون البث الإذاعي أو التلفزيوني حياً (جرادات والشامي، 2009:133).

• الصور Photographs

تعد الصورة من الأدوات الأساسية والمؤثرة في مجال العلانية، وتستخدم كمرافق للأخبار والموضوعات الصحفية الى جانب استخدامها ضمن الأدوات الأخرى كإعداد النشرات والكتيبات والتقارير السنوية والملصقات والإعلانات، وفي العروض المقدمة خلال المؤتمرات والندوات، أو كرسالة بحد ذاتها. وتشير الدراسات الى أن الصورة وسيلة اتصالية بصرية مهمة، لها القدرة على التأثير أكثر من الوسائل الأخرى. ويمكن استخدام الصورة ضمن أنشطة العلاقات العامة المختلفة للقيام بالوظائف التالية (الصريرة، 2001:140):

- الإعلام: بمعنى ان الصورة قد تضيف معلومات أو تكمل المعلومات المعروضة، أو تكون بحد ذاتها قيمة معلوماتية.
- الإيضاح والإبراز: باعتبارها وسيلة بصرية تساعد في عملية الإيضاح، وأيضاً تساعد في عملية الإبراز، حيث ان الموضوعات التي ترافقها صور تكون أكثر جذباً من غيرها.
- الجمالية: حيث تضيف الصور بعداً جمالياً للموضوعات التي ترافقها، نظراً لكونها تضيف حركة وحيوية، الى جانب اعتبارها عنصراً اخراجياً أساسياً يساهم مع العناصر الأخرى في إخراج المادة المطبوعة بشكل أكثر جاذبية.

ثانياً: أدوات العلانية والعلاقات مع الجمهور

وتشمل الرسائل الإخبارية والتقارير السنوية والمجلات والفيديو، إضافة الى قنوات الاتصال المباشر، وتتميز هذه الأدوات كونها لا تخضع لقرارات حراس البوابات الإعلامية في وسائل الاتصال، حيث تتحكم المؤسسة في مضامينها وشكلها وعمليات إنتاجها. ومن أجل أن تحقق هذه الأدوات أهدافها المرسومة لها، لابد من مراعاة حاجات المؤسسة والجمهور معاً، ووفق سياسات محددة وأهداف واضحة. أيضاً يفترض أن تقدم أدوات العلانية معلومات مفيدة، وتخدم أغراض الإعلام والتفسير والإقناع. على صعيد آخر، يجب أن تركز هذه الأنشطة على سياسات واضحة ومقاصد محددة؛ حتى لا تصبح عبئاً مالياً على المؤسسات، ولا تحقق الأهداف المرجوة منها، لذلك عند إنتاج وتوزيع هذه الأدوات، لابد من مراعاة العناصر التالية (الصرايرة، 2010:145):

- ملائمة أدوات العلانية وفقاً لحاجات المؤسسة وجمهورها، ووفق سياسات محددة وواضحة.
- أن تتضمن الأدوات معلومات مفيدة، وتخدم أغراض الاعلام والتفسير والإقناع.
- ضمان وصولها الى فئات الجمهور المستهدف، وقادة الرأي والمستهلكين وغيرهم من فئات الجمهور الداخلي أو الخارجي على حد سواء.
- يفترض في هذه الوسائل أن تعد مضامينها بناءً على جهد مشترك تساهم به الإدارة، والجهة المختصة في المؤسسة إضافة الى المحرر المسؤول.

وفيما يلي عرض لأدوات العلانية للعلاقات مع الجمهور:

• الكتيبات Booklets، والكراسات Pamphlet، والمطويات Brochures

تمثل هذه الوسائل إحدى قنوات الاتصال الجمعي المبنية على الكلمة والصورة والرسوم البيانية والخرائط. ويقصد بالكتيبات أو الكراسات الكتب ذات القطع الصغير والتي لا يزيد عدد صفحاتها عن الخمسين. أما المطويات فهي التي لا يتجاوز عدد صفحاتها ست صفحات من القطع الصغير أو المتوسط وتصمم بطريقة تطوى صفحاتها بدون الحاجة لأدوات التثبيت. ويتم إعدادها بهدف إعطاء خلفية شاملة عن المنظمة، تتضمن أهدافها وبناءها الإداري والوظائف التي تقوم بها، والتقنيات التي تستخدمها وإطارها القانوني. بينما تستخدم المطويات لعرض نبذة مختصرة وموجزة عن المنظمة أو عرض فكرة معينة، أو إبراز خدمة محددة أو تقديم نبذة عن مشروع معين من مشاريع المنظمة (سلطان، 2011:183).

وتشير الدراسات في هذا المجال الى وجود ثلاثة أنواع من لهذه الوسائل، وهي (Cutlip & Center, 1978:235):

- 1- التعريفية: تهدف الى تعريف العاملين الجدد والمستهلكين والمستثمرين والزائرين وغيرهم من المتعاملين مع المؤسسة من حيث الأهداف والوظائف والأدوار والإطار القانوني والخدمات والتسهيلات التي تقدمها المؤسسة.
- 2- الأدلة المرجعية: تهدف الى تقديم الخدمة الى كل من ينتسب الى المنظمة، سواء من جمهورها الداخلي أو الخارجي، ومنها المعلومات التي تتعلق بعناصر السلامة العامة ومواقع الترفيه ونظام التأمين الصحي، الى جانب الخدمات الثقافية وأنظمة العمل وتعليماته، وأدلة المواقع كالخرائط وغيره.
- 3- المؤسسية: تتعرض هذه النوعية من الوسائل لكل ما يتعلق بالشخصية الاعتبارية للمؤسسة، ومناسباتها الخاصة، وتاريخها ونشأتها، والخطط المستقبلية والتوسعات المتوقعة، ومساهماتها في خدمة المجتمع وغيره.

• النشرات Newsletters

تعد النشرات من وسائل الاتصال الخاصة التي تستهدف جماهير معينة، كما أن موضوعاتها تتطلب تغطية مكثفة، فقد تصدر المنظمة صحيفة أو مجلة خاصة بها تتضمن عدداً من المواضيع والمعلومات التي تهم جمهور المؤسسة بهدف خلق تأثير معين في اتجاهات ومواقف وآراء ذلك الجمهور إزاء سياسات المؤسسة وإنجازاتها وخططها (جرادات

والشامي، 2009:121). وتصدر المنظمات أنواعاً مختلفة من النشرات بحسب فئات الجمهور المستهدف، ومنها (سلطان، 2011:181):

- **النشرات الداخلية:** وتهدف الى تعميق الصلة بين الإدارة والعاملين في المنظمة، وتضم في طياتها أخباراً وموضوعات ذات الصلة بالمنظمة وخططها وسياساتها وقراراتها، فضلاً عما يستجد من تعليمات وتوجيهات.
- **النشرات الخارجية:** وتهدف الى توثيق الصلة بين المنظمة وجماهيرها الخارجية، وتتضمن أخباراً وموضوعات تقريرية وتحليلية ذات صلة بسياسات المنظمة ووضعها المالي، وعلاقتها بالمجتمع المحلي، وإنجازاتها وتطورها، الى جانب ملخص للدراسات التي تعدها عن نفسها.
- **النشرات العامة:** هي النشرات التي تجمع بين وظائف النشرات الداخلية والخارجية، وتوجه الى جميع فئات جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي. وتتميز بتنوع المضامين التي تعرضها لتخدم أهداف مركبة.
- **النشرات الترويجية:** تهتم هذه النشرة بترويج المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة. وتتضمن أخبار ومعلومات لهذه المنتجات والخدمات، فضلاً عن إبراز مكانة المنظمة ودورها في إطار مجتمعها المحلي والوطني والدولي.

• التقارير السنوية Annual Reports

التقرير السنوي هو رصد وتحليل مفصل لمنجزات المؤسسة على مدار العام الذي مضى، وما تتطلع إليه في العام القادم (الصرايرة، 2001:149). كما تعرف بأنها مرجعية متكاملة عن المنظمة ونشاطاتها، وتعد بمثابة وثيقة تسجيلية لعام كامل من عمر المنظمة (سلطان، 2011:168). ويرى Hawkins بجامعة هارفرد أن التقرير السنوي هو وثيقة العلاقات العامة مع الشروط والتشريعات المنظمة لعمل المؤسسة (Wilcox & Others, 2000:488).

وتشتمل التقارير السنوية على العديد من المعلومات التي تساعد على تحقيق الأهداف المرسومة لها ضمن أدوات العلانية. وهي غالباً تعمل على تقديم المعلومات التالية (عجوة، 2004:201):

- **معلومات مالية:** وتشمل بيانات الميزانية، وتقارير المراجعين، والوضع المالي والديون طويلة الأجل، وحركة الأموال الى الداخل والخارج، وحجم التسهيلات الممنوحة للشركة، وحجم الدخل من المبيعات والضرائب والقروض، وتطور الإيرادات والمصروفات بالمقارنة بالأعوام السابقة، وكذلك أرباح الأسهم، وتطور وعدد المساهمين.

- **معلومات إنتاجية:** وتتناول الاختراعات الجديدة، وأدوات الإنتاج والأجهزة والمعدات، والعمليات الصناعية والبحوث والمواد الخام والمنتجات الجديدة، والفروع والأقسام المختلفة، وعمليات النقل وإنتاج المواد الخام، وتكاليف الإنتاج وتسهيلات التخزين، وأماكن الأقسام الإنتاجية.

- **معلومات تسويقية:** وتركز على حجم المبيعات والصفقات الخارجية والمحلية والإعلان والتسويق، والأسعار وأساليب التسعير والتوريد والتوزيع، والعلاقات العامة والخدمات والعلاقات بالمستهلكين، وترويج المبيعات.

- **معلومات شخصية:** للتعريف برجال الإدارة والعاملين والتغييرات التي تتناول أوضاع العمل والعلاقات مع الاتحادات، والعلاقات العمالية، وسياسة الأجور وساعات العمل والمكافآت والترقيات والتأمينات، والأمن الصناعي والتدريب والإضرابات، والاتحادات العمالية.

- **معلومات متنوعة:** كالعلاقات الحكومية، والتشريعات العمالية، والمشكلات الاقتصادية والإدارية، وغيرها من الموضوعات التي يمكن أن تفيد في توضيح الظروف المحيطة بعمل المنشأة.

الى جانب ذلك تحرص بعض المنشآت التجارية والصناعية على إعلام المساهمين أولاً بأول بحركة الأسهم، والمتغيرات الجديدة التي تؤثر على المنشأة. ويكون ذلك من خلال إصدار التقارير النصف أو الربع سنوية، أو من خلال الخطابات أو النشرات أو الكتيبات التي تنقل المعلومات الهامة للمساهمين وتحقق استمرارية الاتصال بينهم وبين إدارة المنشأة.

وفي الوقت الحاضر أصبحت منظمات الأعمال تهتم بصغار المساهمين قبل كبار حملة الأسهم فتتوجه نحوهم لإعلامهم بشكل مفصل عن كيفية إدارتها لأموالهم، وتقدم لهم شرحاً وافياً عن أعمالها وخططها المستقبلية. لذلك يعد التقرير السنوي أداة مهمة من الأدوات التي تستخدمها إدارة أي منظمة في الاتصال بجماهيرها؛ ولأهميتها أولت الإدارات اهتماماً خاصاً بها، وأخرجتها بشكل ممتاز مستخدمة في ذلك ورق لامع فاخر، وطباعة متميزة، مع استخدام العناوين الواضحة بخطوط ذات ألوان داكنة، وإبراز شعار المؤسسة (Grunig & Hunt, 1984:508).

كما تهتم المنظمات عادة بالشكل الذي يتخذه التقرير، بحيث يصدر بأفضل شكل يناسب حسب مضمونه، وطبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه. وغالباً ما يصدر التقرير السنوي في أشكال متعددة، منها (الجوهر، المجلة: 248:2004): حيث تأخذ غالبية التقارير السنوية شكل مجلة حجم A4 التي تستخدم فيها ورقاً فاخراً، وطباعة أنيقة ملونة وأغلفة جذابة. أو الإعلان: حيث يتجاوز المساهمين في بعض منظمات الأعمال مئات الألوف،

وينتشر على رقعة جغرافية واسعة، الأمر الذي يجعل من الصعوبة بمكان إيصال التقرير السنوي الذي يصدر على شكل مجلة الى هؤلاء المتعاملين. وأيضاً ارتفاع الكلفة، ولاحتمال عدم معرفة أماكن تواجدهم أو سكنهم، مما يدفع المؤسسات الى استخدام الإعلان في الصحف أو المجلات وسيلة لنشر التقرير السنوي لضمان وصوله الى أكبر عدد ممكن من المستهدفين ذات العلاقة مع المؤسسة. أو عدد خاص من مجلة المنظمة: من المرغوب من قبل بعض الإدارات استخدام أحد الإصدارات لمجلة تصدر بشكل دوري للمؤسسة لهذا الغرض. حيث يوفر لها بعض المبالغ التي ستفقها في إصدار تقرير سنوي بشكل منفرد. أو الكتيب والفيلم: تصدر بعض التقارير السنوية لبعض المنظمات على شكل كتيب أو كتاب. كما تأخذ تقارير أخرى شكل الفيلم الذي يتم توزيعه على الجماهير ذات العلاقة، ويعد استخدام الفيلم من أقل الأشكال استخداماً خاصة في المنطقة العربية.

• المجلات Magazines

يطلق على مجلات التي تصدر من منظمات الأعمال والمؤسسات مسميات مختلفة كمجلات الشركة Corporate Magazines، أو مجلات الدار House Magazines، أو المجلات الصناعية Industrial Magazines، أو مجلات المؤسسات Institutional Magazines. ويتفق بعض الباحثين بتسميتها بمجلات العلاقات العامة Public Relations Magazines (الجوهر، 199:2004). وتعد المجلات من أقدم وسائل الاتصال في العلاقات العامة. وتقوم إدارات العلاقات العامة في كثير من المؤسسات بنشر مجلة خاصة بالمؤسسة تعبر عن شخصيتها، وأهدافها وسياساتها. وقد تصدر هذه المجلة أسبوعياً أو شهرياً أو بصفة دورية ربع أو نصف سنوية (عساف وصالح، 95:2004).

ومع اهتمام المؤسسات ومنظمات الأعمال بإصدار مجلات خاصة بها، ازدادت أعداد مجلات العلاقات العامة، حيث تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية ما يقارب من 12 ألف مجلة، ويشير البعض الى إنها أكثر من 20 ألف مجلة خاصة بمنظمات الأعمال. وتتوجه هذه المجلات لمخاطبة الجمهور الخارجي من عملاء وموزعين ومتعاملين معها. والجمهور الداخلي للمؤسسة، حيث تعتبر همزة الوصل بين الإدارة من جهة، والموظفين من جهة أخرى. فهي الوسيلة التي يمكن بواسطتها تفسير مواقف، وقرارات وتعليمات الإدارة، كما إنها تعمل على خلق شعور الولاء للمؤسسة بين العاملين (Cutlip & Others, 2000:313).

وتشير تقسيمات أخرى إلى أن المجالات تتوجه إلى جماهير مختلفة وهي مجالات مخصصة للجماهير الداخلية والمتقاعدين، ومجلات مخصصة للمساهمين، ومجلات مخصصة لرجال التسويق وبائعي الجملة، ومجلات مخصصة للمستهلكين وأعضاء المؤسسات (Wilcox & Others, 2000:481).

تتميز مجلة العلاقات العامة عن غيرها من المطبوعات أو المجالات العامة السياسية والثقافية والاجتماعية والفنية التي تصدر من مختلف المؤسسات بصفات عديدة منها (الجوهر، 2004:200):

- غير معروضة للبيع للجمهور العام، حيث إنها لا تباع في مكتبات ومحلات بيع الصحف والمجلات، بل توزع مجاناً في الأماكن التي تستهدف جماهير المؤسسة بشكل دقيق ومحدد. وتحمل تكاليف إصدارها منظمات الأعمال التي تصدر عنها.

- تتولى إصدارها إدارات العلاقات العامة أو إدارات الإعلام، أو الشؤون الإدارية في المؤسسات.

- تهدف إلى تحقيق أهداف إدارات العلاقات العامة، وأهداف منظمة الأعمال في الاتصال بجماهيرها.

- تنشر الإعلانات ذات العلاقة بمنظمة الأعمال فقط، أو بمنتجاتها أو إعلانات الخدمة العامة.

- تعد واحدة من أكثر وسائل الاتصال في العلاقات العامة انتشاراً وذلك للسمعة التي تحققها للمؤسسات التي تصدرها، إلى جانب أنها من أقدم الوسائط الاتصالية في مجال العلاقات العامة.

• الأفلام Videos

تختلف الأفلام والمرئيات بشكل عام عن بقية أدوات ووسائل العلانية الأخرى، وذلك بسبب طبيعتها في نقل الأفكار والمعلومات باستخدامها لحاسة البصر إلى جانب الحواس الأخرى، حيث تجمع بين الصورة والصوت والحركة والمؤثرات الصوتية. تهدف المواد الفيلمية للعلاقات العامة إلى خلق وتنمية الدوافع والأفكار والاتجاهات والسلوك المحابي للمؤسسة، وتستخدم لأغراض التدريب وإعلام العاملين والتأثير في الجماهير الخارجية، وزوار المؤسسة وتعرض في المؤتمرات واللقاءات العلمية. كما إنها تخدم أغراض إدارات العلاقات العامة وأهدافها (الجوهر، 2004:262).

• الاتصال الواجهي Interpersonal Communication

احتفظ الاتصال الشخصي أو الواجهي بمكان الصدارة بين الوسائل الأخرى بقوة التأثير، وقدرته على معرفة صدق الرسالة عند المستقبل، وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى مما يساعد على إحداث التأثير المنشود. ويتميز الاتصال الواجهي بما يلي (عجوة، 2000:195):

- انخفاض تكلفة الاتصال، ويتطلب جمهور محدد وغير مشتت.
 - إمكانية توجيه الرسالة الى الجمهور المستهدف مباشرة، مما يتيح للمؤسسة مخاطبة الجمهور بلغته.
 - سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة.
 - تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة التي تتم بين مختلف المستويات التنظيمية داخل المؤسسة، أو من مستويات الجمهور الخارجي.
- ويتخذ الاتصال الشخصي في العلاقات العامة عدة صور منها الخطب الرسمية ومؤتمرات المائدة المستديرة، ومناقشات المتخصصين والمناقشات المفتوحة وغير الرسمية، ومناقشات المتخصصين وغيره.

• الإعلان الإعلامي Informative Advertising

يطلق على هذا النوع من الإعلانات بالإعلان الإعلامي أو الإعلان المؤسسي Institutional Advertising وهو الإعلام المدفوع الثمن، ولا يستخدم لترويج سلعة أو خدمة، وإنما لنقل رسالة إخبارية أو تفسيرية حول قضية معينة أو موقف معين. وتستخدم المؤسسات الإعلان الإعلامي للتأكد من أن رسالتها سوف تصل الى الجمهور بالطريقة والأسلوب الذي تريده (الصرايرة، 2001:154).

وتقع الإعلانات الإعلامية غالباً تحت ثلاث فئات، وهي (Bivins, 1999:192):

- إعلان الاهتمام العام Public Interest: تقدم غالباً معلومات تهم الجمهور العام، مثل إعلانات السلامة والبيئة.
- إعلان الصورة الذهنية العامة Public Image: وهي الإعلانات التي تركز على الصورة العامة للمؤسسة. وتحاول أن تروج المؤسسة كمؤسسة تهتم بالعاملين فيها، وبالبيئة والمجتمع المحلي والمتعاملين معها.
- إعلان التأييد Advocacy: وتقدم وجهة نظر محدده حول المؤسسة، وتتزاوج من الأوضاع السياسية الى الاجتماعية، أو إظهار الاهتمام بالمجتمع والدولة.

وهناك العديد من الخطوط العامة المتبعة في صياغة الإعلانات الإعلامية المطبوعة، والتي تؤدي الى وصول الرسائل المقصودة بسهولة، ومنها صياغة العناوين، التي تستحوذ على انتباه واهتمام القارئ، أو تطرح أسئلة أو تعرض قضايا. بحيث تدعوه الى إكمال قراءة الإعلان، واستخدام الفنون والأمثلة أو الوسائل التوضيحية، وطبيعة شعار المؤسسة وطريقة تصميمه، الى جانب استخدام المساحات البيضاء أو العناصر المرئية التي تسهل على العين قراءتها (Grunig & Hunt, 1984:524).

• المعارض والواجهات Exhibitions

تستخدم المعارض والواجهات كأداة مهمة للعلاقات العامة، وقد تكون هذه المعارض والواجهات بسيطة وصغيرة ورخيصة الثمن، أو قد تكون كبيرة معقدة وغالية الثمن، وغالبا ما يحدد نوع المعرض أو الواجهة وفقاً للمكان الذي سيقام فيه. وتحقق المعارض عدة أهداف، ولكنها في الغالب الأعم تحقق الهدف الأساسي في تحسين صورة المنظمة لدى الرأي العام، وكسبه لجانبها وذلك بتزويده بالمعلومات المختلفة على شكل صور ورسومات وتخطيطات ومجسمات ونماذج، وأحيانا تتضمن عنصر لجذب المشاهدين. وبشكل عام يمكن القول أن المعارض تستخدم لعرض تاريخ المنظمة والنشاط الحالي لها، وخططها ومنتجاتها، والتكريم والجوائز التي حصلت عليها، ومدى استفادة الجمهور من المنظمة (الجوهر، 2004:278).

المصقات ولوحة الإعلانات Posters & Bulletin Board

تمثل المصقات ولوحات الإعلانات وسيلة قديمة في أغلب المؤسسات، لإيصال الرسائل والمعلومات والمستجدات الى العاملين بالمؤسسة. وهي تعد أداة تثقيفية من خلال عرض ما تنشره الصحف من شؤون تهم المواطنين. والرسائل الموجهة عبر هذه القناة تشمل معلومات خاصة بالسلامة المهنية والإرشادات والأوامر الى العاملين فضلاً عن مواعيد الدوام والإجازات وتفويض الصلاحيات. ويتطلب استخدام هذه الوسائل تجديد المعلومات باستمرار، الى جانب اختيار المكان المناسب للوحة الإعلانات وطريقة العرض. ومن العوامل التي تساعد على نجاح هذه الأدوات كوسائل اتصالية هي الاهتمام بتحسين طريقة الإعداد والإخراج والعرض بحيث تجذب الانتباه، وتشجع على القراءة، وسهولة اللغة ووضوح المعنى. والعناية بتحديث وتجديد الأخبار باستمرار، الى جانب مراعاة التنوع والاقتصار على الحقائق وما يهم العاملين معرفته (سلطان، 2011:171).

• الرسائل الشخصية Personal Letters

تعد الرسائل الشخصية أو المراسلات من وسائل الاتصال الخاصة بين المؤسسات فيما بينها، والجمهور التي تتعامل معها أيضاً. وتكتب هذه الرسائل وتوجه بصيغة شخصية إلى أفراد محددين، وتهدف إلى أحداث أثر إيجابي في العلاقات بين الطرفين، عن طريق إشعار الطرف الآخر بمدى الاهتمام بهم، وتزويدهم بالمعلومات والأحداث عن المؤسسة. ويتطلب هذا النوع من الرسائل الاهتمام بالشروط الشكلية والموضوعية، وأن تكون بسيطة وواضحة، وتتوجه للمرسل إليه بشكل مباشر، بحيث تعبر عن العلاقة الودية بين الطرفين.

• المرفقات والحشوات Enclosures & Inserts

تعد المرفقات والحشوات من وسائل الاتصال سريعة الانتشار، وقليلة التكلفة، مما تساعد على وصول الرسائل إلى الجمهور المحدد بدرجة عالية. ويتم إنتاج المرفقات والحشوات ضمن وسائل العلانية الأخرى لتكون مرافقة لها، كالمرفقات التي تصاحب الصحف اليومية، أو المجلات، وتهدف إلى إيصال رسائل محددة إلى الأفراد. أو تأتي هذه المرفقات والحشوات منفردة، وتوزع بطريقة اليد في مختلف الأماكن خاصة العامة منها. وغالباً ما تستخدم هذه الأدوات في شرح سياسة معينة للمؤسسة أو الإعلام بتشريع جديد، أو سلعة جديدة. كما تستخدمها بعض الشركات أو المؤسسات الحكومية أو الخاصة في التوعية بقضية معينة، أو ظاهرة أو حملة تروج لها في مختلف القطاعات والمجالات الصحية أو الثقافية أو الاجتماعية وغيرها.

• الهدايا Gifts

تعد الهدايا من وسائل العلانية التي تساعد على توثيق علاقة المؤسسات مع الأفراد المتعاملين معها أو العلاقة مع المؤسسات الأخرى. حيث تصدر وتنتج أغلب المؤسسات والمنظمات هدايا تحمل اسم المؤسسة وشعارها، ويتم توزيعها في المناسبات والأحداث المهمة العامة والخاصة، وتكمن أهميتها في التذكير بالمؤسسة وبروز اسمها. وغالباً ما تكون هذه الهدايا في شكل أقلام أو أدوات قرطاسية، أو تقويم سنوي، أو هدايا في شكل أدوات شخصية كالساعات أو الذاكرة الإلكترونية وغيرها. ويمكن أن تقدم الهدايا بصورة جماعية من المؤسسة إلى المجتمع، مثل دعم الجمعيات الخيرية بمبالغ مالية، أو المساهمة في علاج المرضى، أو الإنفاق في تقديم خدمة صحية أو ثقافية أو اجتماعية للمجتمع بشكل عام.

• المواقع الإلكترونية Electronic Sites

تشكل المواقع الإلكترونية الأساس الذي يربط الجهات سواءً مؤسسة أو أفراد بالمستفيدين به، والذي يتيح من خلاله تقديم معلومات عن المؤسسة أو الفرد، والخدمات المقدمة وكيفية التواصل وغيره. وتعرف المواقع الإلكترونية بأنها مجموعة من الوثائق الإلكترونية المترابطة المخزنة في أجهزة الحواسيب في مختلف أنحاء العالم، والمكتوبة بلغة ال HTML والتي تحمل معلومات في شكل الكتروني، وتخزن تلك المعلومات (والتي قد تكون في شكل نصوص أو صور أو أصوات أو وسائط متعددة وغيره) في صورة رقمية يمكن تطويعها وبثها وتقديمها، حيث تنظم المعلومات بداخلها على شكل وثيقة في بناء معين يمكن إنتاجها كنسخة ورقية، كما يمكن عرضها الكترونياً، ويتم الوصول إليها من خلال محركات البحث على الشبكة (بلده، 2011:201). وتعرف أيضاً بأنها مجموعة من الصفحات على الإنترنت تابعة لموقع مؤسسة معينة، وتم تصميمها بإحدى لغات البرمجة، وتحتوي معلومات عن هذه المؤسسة ونشاطاتها وخدماتها ووسائل الاتصال بها، وغيرها من المعلومات التي تنثري المستفيد (العمران، 2011:11).

وتعتمد آلية الوصول الى مواقع الويب على تحديد موقع المصدر URL، بينما يوظف بروتوكول نقل النص المترابط HTTP لنقل طلبات المستخدمين Clients التي ترد عبر مستعرض الويب الى خادم الويب Web Server ، ويجب خادم الويب بدوره عن طريق إرسال الصفحات المطلوبة من الموقع. ومن ناحية أخرى تستخدم لغة النص المترابط HTML لإنشاء مواقع الويب عن طريق نصوص معتمدة تحدد لمستعرض الويب كيفية ظهور المحتويات.

وتتنوع مواقع الويب بتنوع الجهات الراعية لها، خاصة أنه أصبح بإمكان أي شخص أو أية شركة إنشاء أو نشر الموقع الذي تراه مناسباً لدعم عملها أو شخصها. وبناء عليه يمكن تمييز الأنواع التالية من المواقع على الويب (الهزاني، 2008:86):

1- مواقع شخصية، وهي تتصف بالطابع الشخصي الذي يتحدث عنه، وتخدم توجهاته وأهدافه وتقدم لزائري الموقع تغطية لنشاطاته وأعماله، وتزودهم بالكثير من الروابط والعناوين المفيدة على صعيد الاهتمامات الشخصية.

2- مواقع مؤسسية، وتندرج تحت هذا الصنف كل المواقع التجارية والترويجية والخدمية والحكومية وغيرها من المواقع التي تمثل جهة مؤسسية ما، منها على سبيل المثال: مواقع الجهات الحكومية، والمواقع الإعلامية، والمواقع التعليمية وغيرها.

3- البوابات، وهي مواقع ضخمة تتضمن محركات بحث وفهارس للمواضيع والشركات، إضافة إلى إظهار بعض التوجهات المؤسسية، وتتفاوت هذه المواقع في جودتها تبعاً لبراعة التصميم وتميزه ودقته، وكفاية المحتوى.

• البريد الإلكتروني E-Mail

يعد البريد الإلكتروني أحد تطبيقات الشبكة الويب التي تساعد على إرسال الخطابات والنصوص والمواد المصورة بين الأشخاص والأقسام داخل المنظمات وبين أكثر من جهة خارجية (سلطان، 2011:163). ومن التعريفات البسيطة للبريد الإلكتروني أنه برنامج عميل أو خادم يستخدم في إرسال الرسائل النصية لأفراد ومجموعات من الأفراد. ويمثل البريد أحد أوسع الوظائف التي تؤديها شبكات الحاسب الآلي خاصة في المنظمات والمؤسسات والشركات. ومما يميز البريد الإلكتروني الحالي كسمات اتصالية هي وجود مكونين أساسيين، الأول توفر مجموعة من التسهيلات لإنشاء وعرض الرسائل الإلكترونية بشكل مقروء، والثاني وجود مجموعة من التسهيلات لنقل الرسائل من مستخدم إلى آخر. ويتميز البريد الإلكتروني عن الوسائط الأخرى بأنه (نصر، 2003:75):

- مجاني إلى حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد.
- له أكثر من حامل carrier ومتوفر في غالبية مواقع الويب.
- تعدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازه، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة.
- إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الحاسب الآلي الشخصي وطباعته.
- إمكانية تبادل النصوص والصور بين شخصين، وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل المؤثرات الصوتية ولقطات الفيديو.
- إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك.

• شبكات التواصل الاجتماعي Social Network

الشبكات الاجتماعية مواقع على الإنترنت يلتقي عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر سواءً تعلق الأمر بالقيم أو الرؤى أو الأفكار أو التبادلات المالية أو الصداقة أو العلاقات الحميمة أو القرابة أو الهوية أو التجارة أو غيرها. فهي إذاً مواقع إلكترونية توفر لمستخدميها فرصة التلاقي وتبادل المعلومات والآراء والقضايا، وتتوفر بها الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة والإعلانات وتبادل الآراء (الجزيرة نت، موقع، 2011). وتمثل هذه الشبكات التي تزايدت أعدادها وأعداد مستخدميها على شبكة الويب، ثورة

جديدة في الاتصال الانساني، إذ أنها أتاحت التواصل اللحظي والتفاعل المباشر بين الأفراد من خلال جماعات مصنفة ذات اهتمامات مشتركة، ودون وسيط. وتقدم معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً على الويب مجموعة كبيرة من الخدمات للمستخدمين، مثل البحث عن الأصدقاء وتكوين مجموعات الاهتمامات المشتركة، وتبادل الأخبار والتواصل عبر التعليقات والمحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والتدوين ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو وغيرها من الخدمات. وتنقسم هذه الشبكات حالياً الى ثلاثة أقسام رئيسية حسب أهدافها، وهي: شبكات أصدقاء الدراسة، وشبكات أصدقاء العمل، وشبكات التتبع وتبادل التدوينات الصغيرة. (نصر، 2013:134).

• خدمة التزويد RSS

هي عبارة عن خدمة مجانية تمكن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على المواقع المفضلة على شبكة الويب، "ملخص مكثف للموقع". فبدلاً من فتح صفحات المواقع والبحث عن المواضيع الجديدة، فإن خدمة ال RSS تعلم المستخدم وبصورة لحظية بالأخبار والمواضيع الجديدة التي تم نشرها في تلك المواقع، إن كان مشتركاً في الخدمة. وتشتمل الأخبار المتلقاه بهذه الطريقة في أبسط صورها على عنوان الخبر، ومختصر لنص الخبر، ووصلة أو رابط للنص الكامل على موقع منتج الخبر. وهذه الخدمة تحل بعض المشكلات التي يواجهها مديرو المواقع مثل زيادة حركة المرور على الموقع وجمع وتوزيع الأخبار، كما يمكن أن تكون قاعدة لخدمات توزيع إضافية للمحتوى. وتتضمن خدمة التزويد تحديثات منتظمة للمحتوى المنشور على الموقع، وغالباً ما يتم استخدامها في المواقع الإخبارية والمدونات، وأيضاً تستخدم لتوزيع الأنواع الأخرى من المحتوى مثل الصور والملفات المسموعة والمرئية. وتكتفي المواقع الإعلامية بالتزويد بالعناوين الرئيسية للأخبار في كل فئة من الفئات مع سطر واحد من مقدمة كل خبر، وغالباً ما يكون عنوان التزويد ومقدمتها هو نفس عنوان ومقدمة المادة الصحفية المنشورة في الموقع والتي ينتقل إليها القارئ بالضغط على العنوان المنشط في خدمة التزويد (نصر، 2013:280).

• المدونات Blogs

تعد المدونات نوعاً جديداً ومختلفاً من أنشطة النشر الإلكتروني التي بدأت في تغيير المعادلات الإعلامية القائمة في العالم، خاصة فيما يتعلق بإنتاج وتوزيع المعلومات (نصر، 2013:122). والمدونة الإلكترونية هي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس. وتعتبر هذه المدونات احد تطبيقات الإنترنت التي تعمل بواسطة نظام إلكتروني لإدارة المحتوى، وآلية لأرشفة المدخلات

القديمة، وتحتوي على نصوص وصور وروابط إلكترونية لربطها بالمواقع ذات العلاقة (الدليمي، 2011:263). ورغم صعوبة تصنيف المدونات إلا أن بعض الباحثين يصنفونها الى خمسة أنواع رئيسية، هي (نصر، 2013:126):

- المدونات الشخصية للأخبار والآراء، وهي صحف شخصية ينشئها أفراد لمشاركة الآخرين في الأخبار المتعلقة بحياتهم الشخصية، والتعبير الذاتي.
- مدونات الأخبار والتعليقات، وتهتم في الأساس بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات، وفي حالات كثيرة تكون هذه المدونات في مواجهة مستمرة مع ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية من أخبار وتعليقات.
- مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين، ويتم من خلالها الترويج للسلع والخدمات وإدارة الحوار مع المتعاملين مع المدونة.
- مدونات المال والأعمال والمدونات المهنية، وتشمل مدونات المديرين التنفيذيين والمهنيين والموظفين. وقد تتضمن نتائج للبحوث واستطلاعات للرأي، وتقد تفسيرات للأحداث ذات الصلة بنشاط الشركة أو المؤسسة.
- المدونات المؤسسية الداخلية، وتستخدم داخل المؤسسات لتبادل الرؤى ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

وتتميز المدونات الإلكترونية عن غيرها من الوسائل الإلكترونية، بسهولة الإنشاء والإدارة دون الحاجة بمعرفة قواعد البرمجة أو أسس التصميم أو نشر الصفحات. وسهولة تجديدها وتحديثها باستمرار، إذ يمكن بثها ونشرها بشكل مباشر ولحظة بلحظة. وأيضاً تمكن المستخدم من نشر ما يريد على الإنترنت مع إمكانية حفظ ما ينشر بطريقة منظمة يمكن الرجوع إليها. الى جانب أنها تشجع أكثر على التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والنقاش مع الآخرين (نصر، 2013:127).

• مجموعات الأخبار News Groups

تعتبر مجموعات الأخبار من أهم خدمات الشبكة الويب التي استفادت منها الوسائل الاتصالية وخاصة الصحافة، وهي عبارة عن نظام لإيداع الرسائل العامة والخاصة، ويعمل بطريقة المنتديات الإلكترونية. وتوجد مئات الآلاف من هذه المنتديات حول العالم، وكل منتدى يتمحور حول مسائل ذات اهتمام مشترك من مجموعة من المشتركين. ومجموعة الأخبار يتم نشرها وتوزيعها عبر خدمة تسمى Usenet وهو مصطلح مركب من كلمتين هما مستخدم Use وشبكة Net. وهي مجموعات المناقشة التي يمكن تبادل المعلومات والآراء مع أشخاص من جميع أنحاء العالم من خلالها، ويتم الوصول إليها من خلال برنامج لقراءة الأخبار أو من خلال محركات البحث. وتسمح المجموعات الإخبارية على الشبكة بالرد على المقالات التي تمت قراءتها ونشرها في سطور قليلة، حتى يمكن الآخرين

من قراءته (شفيق، 2008:47). وتحتوي مجموعات الأخبار على آلاف الخدمات، ومنها على سبيل المثال موضوعات لها علاقة بالكمبيوتر، وموضوعات متنوعة، وموضوعات مناقشة وأحاديث، ومجموعات ترفيه وهوايات وفنون وغيرها. ويدير المجموعات الإخبارية عادة شخص أو أكثر حسب أهمية المجموعة، وممن لديهم معرفة متميزة في اختصاص المجموعة الإخبارية (الدناني، 2003:122).

• تطبيقات الدردشة أو الحوار Chatting

يسمح هذا النوع من الخدمة اثنان أو أكثر من الأشخاص الذين يرتبطون بشكل متزامن (في وقت واحد) عبر الإنترنت التحوار بشكل مباشر. ومجموعات الدردشة أو الحوار هذه تنقسم عادة الى قنوات، ولكل مجموعة محددة بموضوع معين خاص بهم للحوار والنقاش. وهناك خدمة حوارات أخرى تعتبر حديثة، تسمى رسائل فورية Instant Messaging حيث يسمح من خلالها للمشاركين أن يوحدا قنواتهم الحوارية الخاصة بهم، لكي يجذب انتباه أي فرد منهم كلما يريد البدء بالتحوار على الخط المباشر مع مشارك آخر، وبشكل منفرد (قنديلجي والسامرائي، 2009:166).

ومن أشهر الخدمات من هذا النوع: ياهو ماسنجر Yahoo Messenger، وخدمة ويندوز لايف ماسنجر Windows Life messenger، وسكيب Skype، وجوجل توك Google Talk وغيرها، وقد ورثت هذه الخدمات بعض تطبيقات نظم الدردشة Internet Relay Chat وطورتها بالكثير من المزايا، مثل نقاء الصوت في التراسل الصوتي ونقل الفيديو. وهذا النظام أو البروتوكول يستخدم أيضا في بعض تطبيقات التزامنية والتفاعلية الأخرى، مثل المؤتمرات البعيدة Remote Conference والتي يطلق عليها البعض مؤتمرات الفيديو، وهي تجمع جملة من المؤتمرين من أماكن متباعدة وتمكنهم من مشاهدة وسماع بعضهم البعض عبر الإنترنت. بالإضافة الى أنها تدخل ضمن صميم التعلم الافتراضي المعتمد على التكنولوجيا التفاعلية الحية، والتي تمكن المستخدمين أن يعقدوا مؤتمرات وينظموا الى حلقات نقاش، ويعقدوا جلسات تعليمية، وحضور محاضرات يقيمها الخبراء عن بعد وغيرها (صادق، 2008:78).

• القوائم البريدية Mailing List

المبدأ الأساسي للقوائم البريدية هو توزيع أي رسالة معنونه لقائمة مناقشة الى جميع المشتركين في القائمة. حيث تمكن هذه القوائم الاتصال بسهولة بمن ينشطون نفس الاهتمامات، حيث أنشأت قوائم المناقشة الإلكترونية خصيصاً لهذا الغرض. ويتم توزيع الرسائل والعناية بقوائم العضوية وتخزين وحفظ الرسائل بواسطة برنامج حاسب آلي يسمى

عادة بمزود القائمة Listserver. وتستخدم هذه القوائم أيضا لإعلان النشرات أو طلب المساعدة لحل المشكلات، وتبادل المعلومات والآراء. فهي ليست فقط للمناقشة، بل توفر العون اللازم لتقوية وتعزيز جماعات الاهتمامات المشتركة. ويوجد في الوقت الحالي الآلاف القوائم النقاشية لمختلف الموضوعات. وهناك العديد من المواقع التي توفر إمكانية إنشاء القائمة البريدية الخاصة بالأفراد، ودعوة الآخرين للاشتراك بها، ومراسلة جميع المشتركين بالقائمة مجاًناً، وتجمع بين جهود وإسهامات الشخصيات والجهات المشاركة (الفنتوخ، 2001:92).

ومن مزايا وفوائد هذه الخدمة ما يلي (قنديلجي والسمارني، 2009:163):

- 1- تبادل الأفكار والمعلومات الفعالة بين الأشخاص والجهات المعنية بمجال أو موضوع معرفي معين.
- 2- لا يشترط بالمشارك في هذه الخدمة أن يكون مرتبطاً بشكل كامل بالإنترنت، بل يستطيع مستخدمو البريد الإلكتروني فقط الوصول إليها والاستفادة منها.
- 3- إمكانية إصدار نشرة أو مجلة تشتمل على الآراء أو المحادثات والأفكار المجمعة من المشاركين في قائمة محددة.
- 4- للمشاركة في هذه الخدمة أن ينضم إلى مجموعة محددة والاستمرار فيها، أو تركها متى يشاء. وهناك نوعان من قوائم الخدمات أو النقاشات: الأولى تدار تلقائياً من دون الحاجة إلى توسط أو توجيه شخص أو جهة. والثاني قوائم تدار بواسطة أشخاص أو الجهة المؤسسة لقائمة محددة.

• المنتديات Forums

المنتدى هو مكان للتداول والنقاش حول عدة أمور بين أفراد متفقيين أو مختلفين على فكر أو موضوع معين، وتعد هذه التقنية إمتداد وتطور لتقنية ال UseNet التي ظهرت عام 1980. وتتكون المنتديات من فئات أو مجموعات فرعية من المنتديات بحيث تضم كل فئة عدداً من المواضيع التي تخص مجال ما، وهي تشبه إلى حد كبير مجموعات الأخبار الموجودة في ال UseNet (مدونة مستر ديفلور، موقع إلكتروني، 2013).

ويمكن القول أن هناك نوعين من المنتديات، هما:

- 1- المنتديات العامة: وهي المنتديات التي تنشأ من قبل أفراد أو جهات معينة، ولا تختص بمواضيع محددة، بل تشتمل على مواضيع شتى وأقسام مختلفة. وتحتوي على أقسام متعددة من أهمها القسم الرياضي والقسم

الخاص بالمرأة، والقسم السياسي، والقسم التجاري، وقسم الاستفسارات والنقاش، والقسم الخاص بالاهتمامات كالحاسوب وكرة القدم والتقنيات الحديثة وغيره.

2- المنتديات المتخصصة: وهي منتديات تختص بنوع معين من المواضيع، أو الاهتمامات، وذلك بحسب هدف انشاءها، والاختصاص العلمي لها، أو التوجه الفكري أو الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي وغيره. وقد يتبع هذا النوع من المنتديات، مؤسسات أو جهات معينة. كالمنتديات التابعة للمؤسسات التعليمية أو الجهات الحكومية أو الخاصة.

وتشترط أغلب المنتديات التسجيل فيها، والموافقة على شروط المنتدى وقوانينه، والتي غالباً ما تتضمن العناصر الأخلاقية، واحترام حقوق التأليف والمشاركات المعروضة في المنتدى، وعدم التحريض على العنف والكراهية وغيره. الى جانب وجود منتديات لا تشترط التسجيل فيها وإمكانية المشاركة والاستفادة مما تعرضه. وتكمن أهمية المنتديات في كونها قناة للآراء وساحة للنقاش وطرح للمعلومات، والصور، خاصة بعد كل حدث مهم سواء أكان سياسياً أو اجتماعياً أو رياضياً وغيره، إلا أنه لا يمكن اعتماد المعلومات الواردة فيها كمصدر موثوق للمعلومات؛ حيث أنها تمكن الجميع من الكتابة فيها دون تدقيق أو تمحيص.

• تطبيقات الهواتف الذكية Smartphone Applications

الهواتف الذكية Smartphone مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تشتغل بنظام تشغيل، ويمكن تشبيهها بكمبيوتر صغير، حيث تمكن المستخدم من تصفح الإنترنت و البريد الإلكتروني واستعمال التطبيقات المختلفة، وإضافتها وما الى ذلك من تطبيقات الكمبيوتر، بالإضافة الى الخدمات الهاتفية كالاتصال والرسائل القصيرة و الكاميرا. ومن أنواع أنظمة تشغيل الهواتف الذكية (jzrws, website, 2014):

- أندرويد Google Android يمتلكه جوجل، ويمكن الحصول عليه بشكل مجاني، مما جعل النظام منتشر في عدد من الأجهزة القوية والمتقدمة. كما أنه نظام مرّن لا يتوفر على الهواتف الذكية فقط، وإنما يتوفر على عدد من الأجهزة والتطبيقات لكونه مفتوح المصدر وتستطيع أي شركة تعديله لمناسبة احتياجاتها.

- آي فون Apple iPhone OS تملكه شركة ابل، وهو متوفر على أجهزة آبل فقط مثل الآي فون، الآي بود، الآي باد. النظام تطوّر وحدث عدة نسخ وتوفر على عدد من الأجهزة الأخرى لدى الشركة مثل الآي فون، والآي بود، والآي باد. وما زال النظام يحقق نجاحاً وقبولاً.

- ويندوز فون موبايل Microsoft Windows Mobile تملكه شركة مايكروسوفت، يعد أحد أقدم أنظمة التشغيل للهواتف الذكية وكان مسيطراً على سوق الجوال المتقدمة والمساعدات الكفية، ولكن حصة النظام بدأت في التراجع حتى وصلت لأقل درجاتها في 2011. ولهذا السبب أطلقت مايكروسوفت الإصدار المطورة وهي ويندوز فون 8 وقامت بتطوير النظام بشكل كامل وجذري، وبالفعل قامت بإعادة برمجة وتطوير كاملة له. ومن أهم مميزات هذا النظام الاستفادة من خدمات مايكروسوفت كالماسنجر والأوفيس.

وتعد الوسائل الإلكترونية الجديدة _في الاستعراض السابق_ المنبثقة من الشبكة العنكبوتية الويب، إضافة جديدة وبعداً آخر للعلاقات العامة واستخدامها كأدوات حديثة لعملها، كما وفرت أدوات وقنوات اتصالية جديدة لممارس العلاقات العامة، مع تميزها بسهولة الاستخدام وفورية الوصول وانخفاض التكلفة، الى جانب تأثيرها في طريقة توزيع ونشر المعلومات الصادرة عن دوائر العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة الى المتلقين والمتعاملين معها. أيضاً ساعدت هذه الوسائط المؤسسات في التعرف على اتجاهات الجماهير الداخلية والخارجية بطرق متعددة وسريعة كشبكات التواصل الاجتماعي، والمننديات، وبرامج الدردشة، وتطبيقات الهواتف الذكية وغيرها.

وينظر للبريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية للمؤسسات والمنظمات كأقدم الخدمات والوسائل التي يمكن أن تحمل في طياتها كافة الوسائل الاتصالية الأخرى، حيث يمكن إرسال المنشورات والكتب السنوية والرسائل الشخصية والإعلانات وغيرها عبر البريد الإلكتروني، أو نشرها من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة على الشبكة، وإيصالها الى كافة المستهدفين بسهولة.

الفصل الثالث:

الإطار النظري والإجراءات المنهجية

يستعرض هذا الفصل محورين أساسيين، هما: الإطار النظري للدراسة، والإطار المنهجي والدراسات السابقة. ويتناول الإطار النظري بعدين أساسيين هما: الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، واستراتيجيات رولر الاتصالية في مجال العلاقات العامة. أما في محور الدراسات السابقة، فتتضمن ثلاثة أجزاء: دراسات العلاقات العامة بسلطنة عمان، ثم الدراسات التي أجريت على مواقع إلكترونية لمؤسسات خدمية وإنتاجية بشكل عام، والجزء الثالث يتعلق بالدراسات التي أجريت على مواقع إلكترونية لمؤسسات التعليم العالي بشكل خاص في مختلف الدول الأجنبية. وفي محور الإطار المنهجي للدراسة، فيشمل على: مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، تساؤلات الدراسة، منهج الدراسة، أدوات القياس وفئاتها، عينة الدراسة، ومجال الدراسة وحدودها، والتعريفات الإجرائية.

أولاً: الإطار النظري

تستند هذه الدراسة إلى إطارين نظريين أساسيين هما: الإعلام الجديد وتقنيات الاتصال الحديثة، واستراتيجيات رولر الاتصالية.

• الإعلام الجديد وتقنيات الاتصال الحديثة

شهد الإعلام في العقدين الأخيرين تطورات كبيرة تمثلت في ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة بما تشمله من القنوات الفضائية والشبكة العنكبوتية العالمية (الإنترنت). وهما وسيلتان مهدتا الطريق لنظام إعلامي جديد أدى إلى ظهور اتجاهات حديثة في مجال الإعلام، سواءً على صعيد الممارسة الإعلامية أو البحث العلمي الإعلامي، حيث ظهرت ظواهر وممارسات إعلامية غير مسبقة.

ويمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال بأنها: "مجموع التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي توظف لمعالجة المضمون والمحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، والتي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة أو المصورة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب، يليها عملية نشر هذه المواد الاتصالية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها" (الفصل، 2006:16).

وفي العقد الأخير من القرن المنصرم ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين، خاصة مع انتشار الإنترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت إفرازاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الانساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية.

ولا يوجد اتفاق بين المنظرين والممارسين على مفهوم شامل للإعلام الجديد نظراً لحدائثه وسائطها، والذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيايات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع شبكات الحاسوب. كما يطلق البعض على هذا الوسيط الجديد الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيره. ويطلق عليه أيضاً الإعلام التفاعلي Interactive Media لوجود الحالة التفاعلية والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعلي وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.

التعريفات الأولية للإعلام الجديد كما يراها قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary بشكل مختصر ويصفه بأنه: اندماج الكمبيوترات وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. وبحسب ليستر Lester: الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيايات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. ويعرفه جونز Jones على إنه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات وتلفزيون ورايو الى حد ما، وغيرها من الوسائل الساكنة Static (صادق، 2008:32).

وقد فرض الإعلام الجديد معطيات جديدة على وسائل الإعلام التقليدية، وأصبحت تمثل تحديات أساسية للوجود في الواقع الإعلامي، ومن أهم هذه المعطيات (شفيق، 2010:20):

1. الاتاحة الكاملة لحرية الفكر والرأي، وتداول الأفكار والآراء والمعلومات.
2. القدرة على الوصول والنفوذ للجميع دون تحديد أو حواجز أو فوارق.
3. انطلاق حركة تدفق الوسائل الإعلامية والمعلوماتية بلا حدود أو معايير للتحكم.
4. تغيرات جذرية في نوعية الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، وانعكاساتها على تفاعله مع ما ينشر ويبث من رسائل ومواد إعلامية.
5. الارتكاز على الخدمات التفاعلية، ودخول الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.

6. الانتشار الواسع لما يسمى بالإعلام الخاص، وتنامي دوره في مجال العمل الإعلامي، وخاصة في ضوء ما أتاحه الإعلام الجديد من فرص للاستثمار في صناعة الإعلام.

7. ظهور شكل جديد من الإعلام وهو (إعلام الأفراد) من خلال المدونات الإلكترونية، والإذاعات والقنوات الإلكترونية الصغيرة، وكذلك من خلال منتديات للحوار الإلكتروني.

وتعد الشبكة العنكبوتية العالمية (الإنترنت) من أبرز ما أفرزته تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي انتشرت في كل أنحاء العالم؛ نظراً لخدماتها المتعددة والشاملة لكل الشرائح والأوساط. كما أن هذه الشبكة غيرت من سلوك وحياة الأفراد والجماعات على أكثر من صعيد باعتبار أن هذا الفضاء المتعدد الخدمات مصدراً للمعلومات بدون منازع على الأقل من ناحية كم المعلومات المتداولة على الشبكة، وكذلك التسهيلات الخاصة باسترجاعها (محمد، 2009:48).

وتعرف الإنترنت Internet طبقاً لبرنامج التنمية للأمم المتحدة عام 1994 بأنها عبارة عن شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب التي تربط بين مختلف شبكات الحاسوب في العالم، حيث تشترك أغلب دول العالم بنوع ما من الارتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة (محمد، 2009:48). وتشير آخر الإحصائيات لعام 2012 إلى أن عدد المشتركين في خدمة الإنترنت بلغ (7,017,846,922) مشترك حول العالم، ويختلف توزيع مجمل هذا الرقم من قارة لأخرى (Internetworldstats, Website, 2013).

ومرت الشبكة العنكبوتية التي نتعامل معها اليوم بسلسلة طويلة من عمليات التطوير. حيث أسستها وزارة الدفاع الأمريكية لمشاريع الأبحاث المتقدمة أربا ARPA (Project Agency Advanced Research) وكانت تهتم بتطوير العلوم خلال فترة الحرب الباردة، وجاءت رداً على إطلاق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي Sputnik (الدليمي، 2011:195). وظهرت الشبكة لأول مرة في الخامس والعشرين من أكتوبر 1969، وحملت اسم "أربانت"، وفي عام 1972 ظهر البريد الإلكتروني E-mail على يد راي توملينسون Ray Tomlinson، وأصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة أربانت عام 1983. وشهدت بداية تسعينيات القرن العشرين أهم تطور في تاريخ الإنترنت حيث بدأت خدمة البحث بواسطة World Wide Web (WWW) التي اخترعها تيم لي بيرنرز Tim Lee Berners عام 1990 باعتماده على النص الفائق Hypertext، مما أدى إلى تطوير الشبكة العالمية. كما أنه وضع أسس أول برنامج مستقل لتصفح الإنترنت، وأطلق عليه هذا الاسم (الإنترنت) في منتصف عام 1991 (الرجباني، 2012:136). بعدها في عام 1993 بدأ الإبحار من خلال إصدار أول برنامج مستعرض للشبكة

"موزاييك"، ثم برامج أخرى مثل برنامج "نت سكيب"، وبرنامج "مايكروسوفت". وهكذا أصبحت "الإنترنت" و "الويب" كلمات متداولة عبر العالم (محمد، 2009:61).

ويحدد علماء الاتصال سمات أساسية تتصف بها الشبكة العنكبوتية كوسيلة اتصالية وهي تعدد الوسائط Multimedia، والتدفق الشحني أو النقل التجميعي Packet Switching، والتزامنية Synchronicity، والتفاعلية Interactivity (نصر، 2003:55).

الوسائط المتعددة Multimedia

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني. ويرى Gibbs أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها. كما أسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما تساعد الجمهور على التفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصوراً ورسوماً كاريكاتورية. ويعد موقع ال CNN على الإنترنت أول موقع إخباري استفاد من الوسائط المتعددة، حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونية. وفي أبريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات إلى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية، والآن تعد الوسائط المتعددة السمة الغالبة على المواقع الإخبارية التي استفادت من مزاياها (أبو عيشة، 2010:93).

التدفق الشحني Packet Switching

وتسمى أيضاً النقل التجميعي ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل على شكل شحنات وليس في تدفق خطي وذلك عبر الإنترنت. فإذا كانت الوسائل التقليدية تتبع نمطاً خطياً في تقديم المواد والمعلومات (مساحياً في الوسائل المطبوعة، وزمنياً في الوسائل الإلكترونية) فإن التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها أو الخروج منها إلى شحنات أخرى. ويتم التدفق الشحني على الإنترنت من خلال مجموعة من البرامج والبروتوكولات التي تنظم عملية الاتصال بين أجهزة الكمبيوتر المختلفة في أنظمة التشغيل (نصر، 2003:56).

التزامنية Synchronicity

تعني التزامنية أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحداثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى. وتجمع الإنترنت في بعض خدماتها بين الصفة التزامنية والصفة اللاتزامنية للاتصال. ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant Messages ، كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله إليه. ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد. وعلى خلاف وسائل الإعلام التقليدية فإن الإنترنت إذا نظرنا إليها كوسيلة للاتصال تتميز بعدم المركزية، إذ لا يمكن التحكم في تدفق خدماتها أو فيما تحمله من مضامين من قبل الحكومات أو الأفراد. فإذا كان إصدار الصحيفة في غالبية دول العالم يتطلب الحصول على رخصة حكومية فإن إنشاء موقع على الإنترنت لا يتطلب مثل هذا التصريح. وإذا كانت مضامين المحطات الإذاعية والتلفزيونية ومضامين الصحف تخضع للرقابة المباشرة وغير المباشرة في بعض الدول، وتخضع النصوص لقوانين النشر والعقوبات والإجراءات الجنائية في دول أخرى فإن المضامين الموضوعة على الشبكة لا يمكن فرض الرقابة الكاملة عليها كما لا يمكن فرض الرقابة الكاملة عليها ولا ملاحقة أصحابها قانونياً في بعض الأحوال (نصر، 2003: 57).

التفاعلية Interactivity

وهي تعني رجوع الصدى، ويعرف ديورلك Durlak التفاعلية بأنها "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد"، كما عرفها ريفالي Refaeli بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة. وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والأنشطة، ويمكن من خلالها الاستفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت (أبو عيشة، 2010: 91).

• استراتيجيات رولر الاتصالية

قدمت رولر Ruler نموذجاً من أربع إستراتيجيات للاتصال في العلاقات العامة، اسمته: النموذج الموقفى لإستراتيجيات الاتصال Situational Model Of Communication Strategies حيث ترتبط كل إستراتيجية بموقف اتصالي معين، فيمكن استخدام إستراتيجية معينة في موقف محدد، أو قد يتطلب موقف آخر استخدام

استراتيجية أخرى أو مزيج من هذه الإستراتيجيات. وهذه الإستراتيجيات الاتصالية هي: إستراتيجية الإعلام، وإستراتيجية الإقناع، وإستراتيجية بناء الإجماع، وإستراتيجية الحوار. وقد اطلقت رولر على هذه الإستراتيجيات شبكة الاتصال (Ruler, 2004:139) Communication Grid:

إستراتيجية الإعلام Information Strategy

الاتصال وفق هذه الإستراتيجية يكون في اتجاه واحد Asymmetrical، وفي الوقت نفسه يعبر المضمون الاتصالي عن رؤى المنظمة، ويحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد Denotative. ويتم في هذه الإستراتيجية تقديم المعلومات الى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرارات. وتتطلب هذه الإستراتيجية وضوح سياسة المنظمة وأهدافها، ومزيج من الرسائل الاتصالية التي تعبر عن تلك الأهداف، وأيضاً تتطلب جمهوراً مدركاً Aware Public يبحث عن المعلومات.

إستراتيجية الإقناع Persuasion Strategy

تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين Connotative. وتعد إستراتيجية الإقناع هي الإستراتيجية الأساسية في كل من العلاقات العامة والإعلان والدعاية، وتستخدم في اتصالات المنظمات التي تسعى الى خلق قاعدة للعلاقات الإستراتيجية مع الجماهير الأساسية. وتسعى المؤسسات من خلالها الى التغيير المقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات جماهير معينة. وتتطلب إستراتيجية الإقناع وجود أهداف واضحة ومحددة سلفاً، الى جانب توفر مزيج من الرسائل الإقناعية. كما تتوجه عادة الى الجمهور غير نشط Inactive، أو الجمهور الضمني Latent.

إستراتيجية بناء الإجماع Consensus Building Strategy

هذه الإستراتيجية تجمع بين الاتصال في اتجاهين Symmetrical، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى المنظمة Denotative. وتستخدم لبناء علاقات إستراتيجية بين المنظمة وبيئتها الخارجية، أو بين المنظمة والعاملين فيها. وعادة ما تطبق هذه الإستراتيجية عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين أطراف يعتمد كل طرف فيها على الطرف الآخر في وجوده. وغالباً ما تتوجه هذه الإستراتيجية الى الجمهور النشط Active، وينتج عنها تطوير لسياسات المنظمة.

إستراتيجية الحوار Dialogue

تجمع إستراتيجية الحوار بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير، ويعكس دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين. وتتضمن هذه الإستراتيجية استشارة الجمهور في سياسات المنظمة، وأخذ رأيه في القضايا المختلفة، كما يتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرار. ويتم استخدام إستراتيجية الحوار في المناقشات المتعلقة بجانب ممارسة العلاقات العامة، وكذلك في المناقشات الفكرية المتعمقة حول المشكلات والأزمات المتوقع حدوثها، وكيفية الاستجابة لها. وتتطلب هذه الإستراتيجية رسائل اتصالية من أطراف الحوار، وعادة ما تتوجه الى الجمهور المدرك والنشط.

وتستند هذه الدراسة "على نموذج رولر للإستراتيجيات الاتصالية المشار إليها سابقاً، في تحليل المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي بدول مجلس التعاون الخليجي للوقوف على مدى تبني هذه الاستراتيجيات في تلك المؤسسات.

ثانياً: الإطار المنهجي

يشتمل هذا الجزء من الدراسة على الإجراءات المنهجية المتبعة، وهي تتضمن:

الأدبيات السابقة

على الرغم من حداثة موضوع تقنيات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها على مختلف مناحي الحياة، إلا أن الدراسات التي تناولت العلاقة بين هذه التقنيات والمؤسسات المختلفة قد تعددت. فهناك العديد من الدراسات التي تهتم بدراسة المواقع الإلكترونية على الإنترنت بشكل عام، وهي - بحسب إطلاع الباحثة - تنقسم الى ما يأتي:

1- الدراسات التي تتناول تقييم مواقع الإنترنت من خلال التحليل الكيفي، وذلك من خلال إعداد مجموعة من معايير القياس وتطبيقها عليها.

2- الدراسات التي تتناول تقييم مواقع الإنترنت من خلال التحليل الكمي، كإحصاء الاستخدام أو آراء المستفيدين، أو القائمين على تلك المواقع.

وفي إطار مؤسسات التعليم العالي، تشير الأدبيات التي تناولت العلاقة بين تقنيات الاتصال الحديثة والجامعات، فمنها ما تناول تأثير الإعلام الجديد أو ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، واستخدامات البريد الإلكتروني،

والمواقع الإلكترونية من حيث أدوارها ومهامها، وغيرها. ومن ناحية أخرى، هناك العديد من الدراسات التي تتناول دراسة مواقع إلكترونية داخلية، ومنفصلة ضمن الموقع الرئيسي للجامعات مثل مواقع عمادات شؤون المكتبات أو مواقع مراكز البحث العلمي، وغيرها من الدوائر والمراكز التي تشتملها مؤسسات التعليم العالي. ومن خلال مراجعة الباحثة لأدبيات الموضوع، وجدت العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت تحليل المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي أو المواقع الإلكترونية لدوائر داخلية في هذه المؤسسات، إلا أنها لم تجد سوى دراسة واحدة في سلطنة عمان تناولت الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية في الوحدات الحكومية الخاضعة لقانون الخدمة المدنية ولائحته التنفيذية بسلطنة عمان. في البداية ارتأت الباحثة أن تستعرض دراسات العلاقات العامة بشكل عام في سلطنة عمان، ومن ثم الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت المواقع الإلكترونية لمختلف المؤسسات (الخدمية والإنتاجية)، ثم الدراسات الأجنبية التي تناولت المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي مجال هذه الدراسة، وذلك وفق ترتيب زمني حسب سنوات نشرها أو إجازتها ابتداء من الأحدث إلى الأقدم.

دراسات العلاقات العامة في سلطنة عمان

أجرت الزدجالي (2012) دراسة بعنوان "الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية في الوحدات الحكومية الخاضعة لقانون الخدمة المدنية ولائحته التنفيذية بسلطنة عمان"، هدفت من خلالها التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية للمواقع الإلكترونية للوزارات والهيئات الحكومية بالسلطنة والتي تمتلك مواقع إلكترونية والبالغ عددها 26 وحدة حكومية، وذلك خلال فبراير 2012، مستخدمة المنهج الوصفي "تحليل المضمون الكمي". وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها: ارتفاع عدد الوحدات الحكومية التي تمتلك مواقع إلكترونية على الشبكة، معظمها ذات مستوى مركب. كما دلت النتائج أن مضامين المواقع الإلكترونية احتوت على معلومات ذات طبيعة تنظيمية وقانونية، معلومات ذات طبيعة تعريفية وتحليلية، ومعلومات ذات طبيعة خدمية وتفاعلية وعامة، مع افتقارها للمعلومات ذات الطبيعة الإستراتيجية. كما أشارت إلى أن ثلث الوحدات الحكومية تمتلك صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي. وأظهرت أن كافة المواقع الإلكترونية استخدمت الإستراتيجيات الاتصالية لرولر، إلا أن تركيزها كان على الاتصال الأحادي الاتجاه من المؤسسة إلى الجمهور، والمتمثل بإستراتيجية الإعلام والإقناع والتفسير.

دراسة الهنائي (2012) "العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة المدنية بسلطنة عمان الخصائص الوظيفية والتنظيمية والاتصالية: دراسة مسحية". اعتمد فيها على المنهج المسحي والوصفي، باستخدام الإستبانة كأداة لجمع المعلومات. هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على نشأة العلاقات العامة في سلطنة عمان بشكل عام والتغيرات التي

واكبت هذه النشأة، ووصف الخصائص الوظيفية والتنظيمية والاتصالية لأجهزة العلاقات العامة، وتحديد التحديات التي تواجهها هذه الأجهزة. أهم نتائج هذه الدراسة هي وجود أجهزة للعلاقات العامة بنسبة بلغت 93% من مؤسسات الخدمة المدنية، وأغلب مسؤولي العلاقات العامة لديهم خبرة في العمل بالعلاقات العامة من 10 سنوات وأكثر بنسبة وصلت 56%. كما دلت بعض المهام التي تصدرت قائمة الأعمال التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة على الفهم الخاطئ لمفهوم العلاقات العامة، مثل أنشطة الجوازات وتنظيم الحفلات والتأشيرات وغيرها. الى جانب احتلال الصحافة للمرتبة الأولى من بين الوسائل التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة بنسبة 57%، وضعف استخدام الوسائل الأخرى.

أجرت الباحثة **Al lawati (2001)** دراسة بعنوان "ممارسة العلاقات العامة في سلطنة عُمان"، هدفت من خلالها التعرف على الآلية التي تتم من خلالها ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة. وأجريت الدراسة على وزارة الصحة وشركة تنمية نفط عُمان، حيث قارنت بين المؤسستين من حيث الأدوار والوظائف والصعوبات التي تواجهها، مستخدمة منهج المسح الكيفي. وأشارت النتائج إلى وجود اختلاف في ممارسة العلاقات العامة بين المؤسسات الحكومية والخاصة، من حيث الأسلوب والرؤية في العمل، ومدى تأهيل ممارسي العلاقات العامة في استخدام التكنولوجيا.

دراسة **الشمخي (2001)** "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى" هدفت الدراسة الى الوقوف على أداء دوائر العلاقات العامة في وزارات الخدمة المدنية في سلطنة عمان من خلال التعرف على الوسائل والأساليب المتبعة في عمل العلاقات العامة، ومدى تأثيرها على أدائها. كما هدفت الى التعرف على مدى تأثير العوامل الشخصية للأفراد العاملين بالعلاقات العامة على أدائها من حيث (الخبرة، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الأخلاقي) من خلال استبانة، شملت عينة الدراسة جميع مديري الدوائر في الوزارات الحكومية المنطوية تحت قانون الخدمة المدنية في عمان. توصلت النتائج أن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة متوسط بحسب أداة القياس المطورة وفقا لمقياس ليكرت الخماسي، والمخصصات المالية لا تساعد على تحسين الأداء، كما أن هذه الدوائر لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء أعمالها مثل النشرات الدورية، وشبكة الإنترنت وغيرها. ولا يوجد أثر للعوامل الشخصية للعاملين، ولا طبيعة عمل الوزارة من كونها خدمية أو غير خدمية على أداء دوائر العلاقات العامة.

وأجرى **Al Khayat (1995)** دراسة بعنوان "العلاقات العامة في سلطنة عُمان" هدفت إلى التعرف على الكيفية التي تمارس بها العلاقات العامة في سلطنة عُمان من حيث الوظائف والأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات

العامة في المؤسسات الخاصة، استخدم الباحث تحليل المضمون المستند الى المنهج الكيفي. حيث تم اختيار عشر مؤسسات من القطاع الخاص كعينة لمجتمع الدراسة. وأشارت النتائج الى عدم وجود تعريف واضح للعلاقات العامة في سلطنة عُمان، مع وجود عدد قليل جدا من الممارسين للعلاقات العامة الذين درسوا في هذا المجال، كما أشارت الى أن معظم عناوين المهام الإدارية لا تتفق مع دور العلاقات العامة ووظائفها، كما أشار إليها المنظرين الغربيين.

الدراسات العربية والأجنبية للمواقع الإلكترونية

دراسة عياد (2009) "استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال في حملات التسويق السياسي: دراسة على حملات الرئاسة الأمريكية 2008"، هدفت الدراسة الى التعرف على الكيفية التي استخدم بها مرشح الحزب الديمقراطي ومرشح الحزب الجمهوري للإنترنت كوسيلة اتصال في انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2008، وأهم الإستراتيجيات الاتصالية التي ركزت عليها المضامين الاتصالية في موقعيهما الإلكترونيين على الشبكة العنكبوتية وذلك باستخدام منهج تحليل الخطاب الكيفي. اشتملت العينة على تحليل أربعة مواقع هي موقع مرشح الحزب الديمقراطي باراك أوباما، وموقع الحزب الديمقراطي، وموقع مرشح الحزب الجمهوري جون ماكين، وموقع الحزب الجمهوري. وخلصت النتائج الى أهمية الإنترنت كوسيلة اتصال في تقديم المعلومات والأخبار عن كلا المرشحين، والتعريف بأنشطتهم، ورؤاهم في مختلف القضايا. وأوضحت الدراسة أيضا استخدام مرشحي الرئاسة إمكانات الإنترنت في تطبيق الإستراتيجيات الاتصالية المختلفة، وخصوصا الإعلام والحوار. مع تميز المرشحين عن بعضهما في درجة استخدام هذه الإستراتيجيات.

وأجرى عياد (2009) دراسة بعنوان "المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الإنترنت: دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والإمارات"، اعتمد الباحث فيها على تحليل المضمون الكيفي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات التي تمثل عينة الدراسة، وهي مواقع 40 مؤسسة في كل من مصر والإمارات، بواقع 20 مؤسسة ربحية، وعشرين مؤسسة غير ربحية. هدفت الدراسة إلى معرفة وتوصيف الإستراتيجيات الاتصالية التي تبنتها هذه المؤسسات على مواقعها على الإنترنت. وخلصت الدراسة الى أن هذه المؤسسات تميل الى التركيز على مجموعة من المضامين عبر مواقعها على الشبكة: وهي منتجات المؤسسة وخدماتها، ثم أنشطتها والسياسات التي تتبعها وتاريخها، ثم أهداف المؤسسة ومهمتها الأساسية، ورسالتها. وهذه تعبر عن إستراتيجية الإعلام. في حين أن هذه المواقع لم تعتمد على إستراتيجية الإقناع وبناء الإجماع بدرجة كبيرة. كما بينت النتائج عدم استخدام إستراتيجية

الحوار. وأن هذه المواقع ركزت على الوظيفة الإعلامية. وأشار الباحث الى أن المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة اتجاه الجماهير تتحقق فقط عندما تعتمد هذه المواقع إستراتيجية الإعلام والحوار في آن معاً.

دراسة الهزاني (2008) "الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية: دراسة لتقييم مواقع الوزارات السعودية على الإنترنت". هدفت الدراسة الى التعرف على مدى توافر مواقع للوزارات السعودية على الإنترنت، والكشف عن نقاط القوة والضعف في هذه المواقع، ومدى جودة التصميم والمحتوى، والطرق المستخدمة في تقسيم الموقع والوصول الى معلوماته، والفترات الزمنية لتحديث المواقع، والتعرف أيضاً على أهم الخدمات الإلكترونية التي تقدمها. استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المحتوى الكمي لجميع مواقع الوزارات السعودية المتوفرة على الشبكة. وخلصت النتائج الى توافر مواقع إلكترونية لجميع الوزارات، وأن نسبة هذه المواقع التي توفر معلومات عامة متعلقة بهذه الوزارات وبطبيعة عملها بلغت 53%، في حين أن 46% منها لم تفعل ذلك. وأظهرت أيضاً أن الاهتمام بتصميم المواقع بلغت 50%. كما أشارت الى أن تقديم الخدمات الإلكترونية ضعيف جداً، حيث لم يتجاوز 30%. وأوصت الباحثة بأهمية توفير المواقع بأكثر من لغة، وضرورة تنفيذ الخدمات الإلكترونية مباشرة عبر النماذج الإلكترونية للوصول الى الحكومة الإلكترونية.

دراسة رضوان (2006) "دور المواقع الإلكترونية للمنظمات الربحية العربية في بناء العلاقة مع الجمهور"، هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة المضمون المنشور على المواقع الإلكترونية لعينة من المنظمات الربحية العربية، والتعرف على خصائص التفاعل والاتصال الحواري داخل هذه المواقع. اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون الكمي للمواقع الإلكترونية لعينة من 100 منظمة ربحية عربية تم اختيارها من خلال قائمة دليل المنظمات العربية. خلصت الدراسة الى أن أهداف العلاقات العامة جاءت في مقدمة الأهداف التي تسعى المواقع الإلكترونية الى تحقيقها، ثم الأهداف التسويقية والترويجية وغيرها. واهتمام هذه المواقع بتقديم معلومات عن الخصائص الإدارية للمنظمة وقادتها وهيكلها الإداري وفرص العمل بها وميزاته، ومنتجاتها ووضعها المالي. وتستهدف المواقع الإلكترونية فئات متعددة من الجمهور في مقدمتها العملاء أو المستهلكون الحاليون، أيضاً اهتمامها بتقديم أخبار عن أنشطتها والأحداث التي تنظمها. الى جانب اهتمام هذه المواقع بتوظيف الصور والرسوم وإمكانات النص الفائق، مع ضعف استخدام الإمكانات الأخرى مثل الملفات الصوتية أو الفيديو.

وهدف دراسة عياد (2006) "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت: دراسة على المؤسسات البحرينية"، الى تحديد وتحليل اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام "الإنترنت" كوسيلة اتصال، والتعرف على رؤية هؤلاء لما يجب أن تشتمل عليه مواقعهم على الشبكة من مضامين، وأيضاً تحديد المعوقات التي تحول

دون الاستفادة من هذه المواقع بفعالية. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلة الشخصية للمبحوثين، وخلصت نتائجها إلى أن المؤسسات الخدمية والإنتاجية متقاربة إلى حد ما في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال من حيث تطبيق الاتصال التفاعلي، وأهم المضامين التي يجب أن تشتملها المواقع، وأهم المزايا التي يمكن أن تحققها شبكة الإنترنت لإستراتيجيات الاتصال في برامج العلاقات العامة، مع وجود بعض الاختلافات التي ترجع إلى طبيعة ومجال عمل المؤسسات.

دراسة باريس **Paris (2006)** "الوصول الى موقع الويب: دراسة استقصائية لمواقع الحكومة الإلكترونية والتشريعات المحلية في إيرلندا الشمالية"، باستخدام تحليل مضمون المواقع كإيضاً، هدفت هذه الدراسة التعرف على مدى سهولة الوصول الى محتوى المواقع الإلكترونية للحكومة الإلكترونية في إيرلندا الشمالية، وخدماتها التي تقدمها، ومعرفة قدرة ذوي الاحتياجات الخاصة في الوصول الى تلك الخدمات إلكترونياً عبرها، بموجب قانون التمييز ضد المعوقين الصادر عام 1995. شملت عينة الدراسة المواقع الإلكترونية للدوائر والمجالس المحلية المفوضة في إيرلندا الشمالية. خلصت النتائج الى أن أغلب الدوائر والخدمات لم تجهز جيداً لتقديم الخدمات إلكترونياً عبر المواقع. كما أن عدد قليل جداً من مواقع الحكومة الإلكترونية المحلية في إيرلندا الشمالية قابلة للاستخدام من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة، وهو ما يعد مخالف قانونياً. ومعظم مواقع الحكومة الإلكترونية لم تحقق الحد الأدنى من المتطلبات الضرورية وسهولة الوصول إليها. وأوصت الدراسة بأهمية تلبية الحكومة الإلكترونية المحلية بالمتطلبات البيئية الأساسية للوصول الى الشبكة HTML واستيفاء المعايير القانونية. ويستتبع هذا الإجراء بتصحيح الرموز داخل هذه المواقع والتأكد من صحتها وتحديثها باستمرار. والقيام بحملة للتوعية بقضايا الإعاقة وضرورة أن توفر مواقع الحكومة الإلكترونية الخدمات لهم بما يتناسب مع إمكانيات هذه الفئة، وتسهيل وصولهم إليها.

وفي دراسة كوبل ومين **Chopple & Mean (2005)** بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في آسيا: دراسة المسؤولية الاجتماعية لسبع مواقع إلكترونية"، نفذ الباحثان تحليل خمسين موقعاً إلكترونياً لمؤسسات في سبع دول من جنوب شرق آسيا، باستخدام تحليل المضمون الكيفي. هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة اهتمام المؤسسات والمنظمات عينة الدراسة على المسؤولية الاجتماعية اتجاه الجماهير. وتوصلت النتائج الى أن معالجة هذه المواقع للمسؤولية الاجتماعية يختلف من دولة لأخرى، الى جانب اختلافها من مؤسسة الى مؤسسة أخرى داخل الدولة الواحدة. حيث خلص الى أن المؤسسات أو الشركات العابرة للقارات أو الدولية أكثر اهتماماً ببرامج المسؤولية الاجتماعية من نظيرتها المؤسسات الوطنية.

دراسة تايلور و بيرى Taylor & Perry (2005) بعنوان "انتشار تكتيكات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لاتصالات الأزمة ". هدفت الى التعرف على إدارة العلاقات العامة للأزمات من خلال المواقع الإلكترونية، وذلك من خلال دراسة 92 منظمة واجهتها عقبات وأزمات منذ عام 1998 حتى عام 2003، باستخدام تحليل المضمون الكيفي. أظهرت النتائج أن هناك أسلوبين تستخدمهما المنظمات عند التعامل مع الأزمات، الأسلوب الأول تقليدي يعتمد على تقديم المنظمة للمعلومات والبيانات، وتقدم ملخصاً لما دار في المؤتمرات الصحفية التي تنظمها لاستعراض تطورات ومراحل الأزمة. وهذا الأسلوب يتصف بأنه في اتجاه واحد، أي من جانب المنظمة للجمهور. والأسلوب الثاني أسلوب تفاعلي يعتمد على الاتصال الحواري مع الجمهور، حيث تستقبل من خلالها التعليقات والأسئلة، وتقدم أيضاً روابط بمواقع مهمة للأزمة، كما تعتمد فيه على استخدام الوسائط المتعددة والتحديث المستمر للمعلومات والبيانات، وفتح غرف حوار مع الجماهير. أيضاً أشارت النتائج الى اهتمام المنظمات باستخدام الإنترنت في وقت الأزمات والاتجاه نحو تنشيط أدوات التفاعل مع الجمهور.

دراسة Ayish (2005) "العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة: استخدامات الإنترنت لـ 20 مؤسسة إماراتية"، ركزت على تحليل مضمون كيفي لـ 20 موقعاً لمؤسسات عامة وخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وكيفية استخدامها للإنترنت كأداة للعلاقات العامة في ضوء الاتصال التفاعلي. وأبرزت نتائجها أن المؤسسات الخاصة تستخدم نظام اتصالي شامل ضمن العلاقات العامة في التعامل مع مجموعة واسعة من الجمهور، كما أن وظائف التسويق والإعلان والعلاقات العامة يتم جمعها معا في هذه المؤسسات. ونتيجة أخرى أشارت لها الدراسة هي أن العاملين بالعلاقات العامة ليسوا طرفاً مباشراً في عملية بناء وتحديث موقع المنظمات، حيث تختص أقسام تكنولوجيا المعلومات والحاسوب بعملية جمع المعلومات من أقسام مختلفة وتنظيمها، للنشر على الموقع. وأخيراً، فإن العاملين في العلاقات العامة مستمرين في لعب الدور التقليدي في الاتصال، في حين ينخفض هذا الدور حينما يتعلق الأمر بالتحكم في تدفق المعلومات الى الجمهور عن طريق الاتصال التفاعلي عبر الإنترنت.

دراسة فوزى (2004) "مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية الإنترنت في الأنشطة الاتصالية"، هدفت الى وصف الكيفية التي تستخدم بها كبرى مؤسسات الأعمال في العالم شبكة "الويب" للاتصال بجماهيرها، مستخدمه نظرية الاتصال الحواري (الاتصال الأحادي، أو المزدوج)، والتعرف على طبيعة نشاط المنظمات ودولة منشأها وخصائصها. اعتمدت الباحثة على عينة عمدية قوامها 50 موقعاً لمنظمات كبيرة على مستوى العالم. وخلصت الى نتائج عديدة من أهمها نجاح مواقع العينة في بناء العلاقة الحوارية بين المنظمات وجماهيرها، ولا يوجد تأثير لطبيعة نشاط المؤسسة على مؤشرات الاتصال الحواري. كما دلت النتائج الى وجود علاقة ارتباطية بين جنسية دولة المنشأ

للمنظمة وبين ظهور بعض عناصر مؤشر الأدوات التي تشجع على تكرار الزيارة، وظهر ذلك بتفوق المواقع الأوروبية على نظيرتها الأمريكية في تقديم معلومات حديثة يمكن تحميلها. الى جانب وجود ارتباط إيجابي بين سهولة استخدام الموقع والتفاعل وخدمة العاملين بوسائل الإعلام.

دراسة لويزا Lueza (2002) بعنوان "العلاقات العامة العالمية على شبكة الإنترنت: استكشاف هوية المؤسسات، وتأثيرها في بناء التصورات، والاتصال في اتجاهين"، هدفت الدراسة الى تحليل الهوية والعلاقات العامة والمواقع الإلكترونية للشركات، واختبار نقاط أساسية ثلاث هي:

- كيفية عرض الشركات العالمية لهويتها من خلال الشبكة،
- اتصالات الإنترنت ذات الاتجاهين ومكانها بين المنظمات وجماهيرها،
- تأثير المواقع الإلكترونية على أذهان وتصورات الجماهير.

استخدمت الدراسة تحليل المضمون الكمي والكيفي معاً. توصلت النتائج الى أن 99% من الشركات العالمية لديها صفحة على الشبكة، إلا أنها لم تستخدم إمكانيات الشبكة إلا جزئياً في إطار جهودها لإبراز هويتها. وأن الاستخدام الأساسي لهذه المواقع يهدف الى التعريف بالمنظمة وشعارها ورموزها وسياستها. وأشارت أن المواقع تستهدف بشكل رئيسي وسائل الإعلام تقريباً بنسبة 90%، ثم المستثمرين بنسبة تقارب 89%، ثم المستهلكين بحوالي 83%. كما أشارت أن نسبة 70% من هذه المواقع احتوت على أدوات التواصل مثل روابط للبريد الإلكتروني للتواصل مع الجمهور المتعامل معها، الى جانب حوالي 33% اشتملت على أدوات الاتصال ذو الاتجاهين.

دراسة تايلور وكينت ووايت Taylor, Kent & White (2001) "مدى استخدام المنظمات النشطة للإنترنت لبناء العلاقة مع الجمهور". هدفت الى التعرف على كيفية بناء المواقع الإلكترونية للعلاقة مع الجمهور ودعم الاتصال الحوارية معه. وشملت الدراسة عينة عشوائية من 100 منظمة نشطة. اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون الكيفي للإجابة على تساؤلات الدراسة. أشارت النتائج الى أن المنظمات عينة الدراسة حالياً بعيدة عن بناء الحوار، وعدم استفادتها من قدرات الشبكة لتحقيق هذا الهدف، ولكنها في الوقت نفسه احتوت على معلومات مفيدة، وسهلة الاستخدام، وتتميز باحتوائها على أسباب متعددة للحفاظ على متابعة الزوار للموقع، وشجعت الزوار والمتعاملين معها على العودة والتفاعل معها. وأوصت الدراسة بضرورة توفر معلومات مهمة تقدم لجميع فئات الجمهور عبر المواقع الإلكترونية لهذه المنظمات، والى أهمية الرد على استفسارات وأسئلة المتعاملين معها عبر الموقع.

الدراسات الأجنبية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي

لم تجد الباحثة خلال بحثها عن الدراسات السابقة في هذا المجال، أي دراسة أجريت على مواقع إلكترونية لجامعات عربية، إنما دراسات أجريت على دوائر ومراكز داخلية ضمن الموقع الرئيسي للجامعة، مثل المواقع الإلكترونية لعمادات شؤون المكتبات والمعلومات، وغيرها. لذلك ارتأت الباحثة أن تستعرض الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية الرئيسية للجامعات فقط، واستثناء المواقع الفرعية المنبثقة عنها، لذلك تقتصر الدراسات هنا على الدراسات الأجنبية، حيث تخلو الساحة البحثية العربية منها لحد الآن حسب إطلاع الباحثة.

دراسة بادمانافار وجوشي Padmannavar & Joshi (2011) بعنوان "التشابه والاختلاف في معلومات مواقع الجامعات على الشبكة: دراسة مسحية". هدفت الدراسة الى التعرف على مضامين ومحتوى عينة من المواقع الإلكترونية للجامعات الهندية بالمقارنة مع عينة من الجامعات الدولية، ومعرفة هل تتساوى في كلا النوعين من الجامعات محتوى المعلومات المتضمنة، وتصميم هذه المواقع. اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون الكمي لعينة عشوائية من المواقع الإلكترونية لجامعات محلية هندية وعالمية، تعتمد برامج بكالوريوس وماجستير فقط، تضمنت فئات التحليل 52 معياراً للتحليل والقياس. خلصت الدراسة الى أن الجامعات الهندية تستخدم 53% من معايير التحليل للإعلام بمعلومات تتعلق بالجامعة، بينما استخدمت الجامعات الدولية من عينة الدراسة 57% من المعايير، مما يشير الى عدم وجود إختلاف كبير بين الجامعات المحلية الهندية والجامعات الدولية في محتوى المواقع الإلكترونية لعرض معلومات الجامعات وبياناتها. كما أشارت النتائج الى استخدام غالبية العينة الى 26 معياراً من بين المعايير الأخرى، حيث استخدمت الجامعات الهندية تقريباً 29% من هذه المعايير، بينما استخدمت الجامعات الدولية 27% منها. وأيضاً أن الجامعات المحلية الهندية والعالمية تقدم نفس العدد من المحتويات في تصميم مواقعهن الإلكترونية.

وفي دراسة أخرى لنفس الباحثين بادمانافار وجوشي Padmannavar & Joshi (2011) "محتوى المواقع الإلكترونية للجامعات الوطنية والدولية: دراسة مسحية". من أهداف هذه الدراسة التعرف على مميزات المواقع الإلكترونية لعينة من الجامعات الوطنية الهندية وعينة من الجامعات الدولية، والمعلومات التي تتيحها للمستخدمين. استخدمت الدراسة تحليل المحتوى الكمي لعينة من الجامعات المحلية الهندية بنسبة 30%، والجامعات العالمية 10%، واستخدمت للتحليل 52 معياراً. أشارت النتائج الى أن الجامعات الدولية ذات محتوى أكثر ثراء بحوالي 30%

من نظيرتها الهندية 24%. وخلصت الى عدم وجود اختلاف مهم في محتوى المواقع الإلكترونية بين الجامعات المحلية الهندية والجامعات العالمية.

دراسة نيجاتي **Nejati وآخرون (2011)** "المسؤولية الاجتماعية للشركات والجامعات: دراسة على المواقع الإلكترونية لأفضل عشر جامعات عالمية". هدفت الى التعرف على المسؤولية الاجتماعية للجامعات ودرجة اهتمامها بها، والى أي مدى تشارك المجتمع حالياً بأنشطة المسؤولية الاجتماعية. واعتمدت للإجابة على هذه الأسئلة تحليل للمضمون الكيفي للمواقع الإلكترونية، والتقارير السنوية لعشر جامعات رائدة عالمياً. وأشارت نتائج التحليل أن جميع عينة الدراسة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية بطريقة أو بأخرى، مثل قضايا الاستدامة، وتعلن ذلك على مواقعها، مما يساعد على تشكيل ميثاق مركزي لاتصالات العلاقات العامة وخلق التفاهم المتبادل وإدارة الصراعات المحتملة، وتحقيق الشرعية في أنشطتها. كما أن هذه المواقع توفر معلومات كافية عن معظم المجالات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

دراسة بينتو **Pinto وآخرون (2009)** "تقييم المعلومات المتاحة في مواقع الجامعات الإسبانية وجودتها". هدفت الى التعرف على محتوى المواقع الإلكترونية لعينة من الجامعات الإسبانية الحكومية، وجودة المعلومات المقدمة من قبلها وتقييمها؛ بهدف الكشف عن مواطن القوة والضعف وتحسينها، وتحديد أفضل الإجراءات والممارسات لتكون مرجعاً لبقية مؤسسات التعليم العالي. استخدمت الدراسة تحليل المضمون الكيفي بصياغة مجموعة من المعايير التي تحقق أغراض الدراسة. النتائج أشارت الى أن مواطن الضعف الرئيسية في مواقع هذه الجامعات يكمن في نقاط أساسية وهي صحة المعلومات المعروضة واكتمالها، ومعايير الجودة، وسهولة الإبحار أو تصفح الموقع. فيما برزت سهولة الوصول الى الموقع والتأليف كأبرز عناصر القوة في هذه المواقع. وأشارت أيضاً إلى أن بناء موقع جيد لا يعتمد على الميزانية المخصصة لها، ولا على العوامل المتصلة بطبيعة الخصائص التي تتفرد بها كل جامعة؛ بل بوعي هذه المؤسسات بأهمية جودة المعلومات التي تعرضها على مواقعها الإلكترونية، وجعلها في متناول الجميع. وأعطت الدراسة مؤشرات لتحسين جودة محتوى صفحات المواقع الإلكترونية للجامعات بحيث تمثل مرجع للمواقع الأخرى.

دراسة أوتولا **Utulu (2008)** "تكنولوجيا المعلومات وخصائص استخدامات الويب في الجامعات النيجيرية الخاصة"، هدفت الدراسة الى التعرف على تقييم تكنولوجيا المعلومات وتوافر الشبكة (الإنترنت)، والميول من قبل الأكاديميين لاستخدام الوسائل التي توفرها الشبكة من مواقع وإمكانيات في نشر البحوث العلمية وغيرها. شملت العينة ثلاث جامعات خاصة (Babcock, Bells, Covenant). استخدمت الدراسة الملاحظة، وتحليل المواقع الإلكترونية

كيمياً، الى جانب استبيان لجمع البيانات. خلصت الدراسة الى أن تكنولوجيا المعلومات والإنترنت كانت متوفرة لدى هذه الجامعات، إلا أن توفر الوصلات الارتباطية كان متوفراً لدى البعض في حين لم يتوفر لدى البعض الآخر. كما أظهرت أن المواقع الإلكترونية لم تحتوي أية معلومات أو محتوى ذا طابع أكاديمي، كما لم يكن هناك وصلات لجامعات نيجيرية أخرى. بالإضافة الى أن أكاديمي هذه الجامعات يستخدمون مصادر الشبكة أكثر من رفدها بإنتاجاتهم الأكاديمية، حيث أتضح أن مستوى التحميل للبحوث والمصادر العلمية يبلغ 90%، بينما بلغت نسبة رفع بحوث علمية من قبل عينة الدراسة أقل من 8%. وخلص الباحث الى أن هذه الجامعات بحاجة الى مزيد من الفهم بالمتطلبات العالمية لتطوير ونشر المواقع الإلكترونية على الشبكة، وتحسين محتواها وظهورها على الشبكة.

دراسة بينتو **Pinto** وآخرون (2007) "المواقع الإلكترونية للجامعات الإسبانية: وضوح المعلومات، ومعلومات منطقة التعليم العالي الأوروبي"، هدفت الدراسة باستخدام تحليل المضمون الكيفي، الى تقييم المواقع الإلكترونية للجامعات الإسبانية الحكومية المخصصة لمنطقة التعليم العالي الأوروبي EHEA، حيث تم تحليل المعلومات على المواقع في ضوء سبعة معايير (الرؤية، والسلطة، والتحديث، والاكتمال، وصحة المعلومات، وتقييم الجودة، وسهولة التصفح) تكشف عما إذا كانت هذه المواقع تتيح المعلومات بسهولة، وبأي شكل من الأشكال. تظهر النتائج أن الجامعات الإسبانية بشكل عام على وعي بأهمية وضرة نشر المعلومات المتعلقة بمنطقة التعليم العالي الأوروبي، وعلى وعي أيضاً بأهمية تخصيص مواضيع ومعلومات لهذا الجانب على الشبكة، حيث أن 45 جامعة طبقت ذلك من مجمل 48 جامعة. ولكنها بحاجة الى إعادة النظر في طريقه عرضها ونشرها لجعلها أكثر فائدة، الى جانب ضرورة تقديم محتوى أكثر ثراءً (أكثر دقة ووضوح، وحدثة). بالإضافة الى أهمية جعلها سهلة في العثور على المعلومات بداخلها، وسهلة في الوصول إليها.

دراسة كالاها **Callahan** (2007) "الاختلافات الثقافية في تصميم واجهات الحواسيب: دراسة متعددة الجنسيات على مواقع الجامعات"، هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الاختلافات البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية للجامعات باختلاف الثقافات التي تنتمي إليها، وقياسها باستخدام الأبعاد الثقافية لجيرت هوفستيد. شملت عينة الدراسة 900 موقع إلكتروني من 45 بلداً حول العالم، مستخدمة تحليل المضمون الكمي للمقارنة فيما بينها بمجموعة من العناصر مثل تخطيط الصفحة واتجاهها والتماثل والطول، ونظام الألوان المستخدم، وكذلك وجود أخبار ومحركات بحث على صفحة الموقع، الى جانب تحليل الصور المستخدمة من حيث النوع وفئة التصوير، والإصدارات اللغوية للصفحة. وأظهرت نتائج التحليل وجود فروق ذات دلالات إحصائية في المتغيرات بين المواقع الإلكترونية حسب البلدان التي تتبع لها، مع استثناء تماثل الصفحات والمركزية. وأوصى الباحث الى ضرورة الاهتمام

بالدراسات الثقافية والعوامل المؤثرة بها، ومشاركة المختصين والشركات في تصميم المواقع على الشبكة في إطار السياقات المحلية والوطنية والعالمية.

دراسة وول وسميث **Wall & Smith** (2002) "الربط بين المواقع الإلكترونية لجامعات آسيا- المحيط الهادئ"، هدفت الدراسة الى التعرف على عدد الروابط الإلكترونية التي تربط بين المواقع الإلكترونية للجامعات في منطقة آسيا والمحيط الهادئ. لجمع المعلومات استخدمت هذه الدراسة محرك البحث AltaVista لحساب عدد الصفحات التي تربط جامعة معينة بجامعة أخرى، حيث أن عدد وصلات الإنترنت بين المؤسسات المختلفة تساهم في تحديد أنماط الاعتراف الدولي وتدفق المعلومات. وأظهرت الدراسة تميز المواقع الإلكترونية لجامعات أستراليا واليابان كأكثر المواقع البارزة في مجال الويب أو الشبكة الأكاديمية على مستوى المنطقة، وظهور المواقع الأسترالية كأكثر تأثيراً من حيث كونها هدفاً لمعظم الروابط.

دراسة وول **Wall** وآخرون (2002) "المواقع الإلكترونية لجامعات الاتحاد الأوروبي". هذه الدراسة استقصائية لأحجام المواقع الإلكترونية لـ 670 مؤسسة تعليم عالي تتبع الاتحاد الأوروبي بحسب تقديرات محرك البحث AltaVista. وأخذت الدراسة معايير متعددة للقياس والتحليل (عدد صفحات الموقع، والحجم، والاعتبارات اللغوية، وعرض القضايا التقنية في تغطية الموقع)، مع الأخذ بعين الاعتبار أن AltaVista له معايير الخاصة في العد والتصنيف. وجدت نتائج الدراسة من حيث الاعتبارات اللغوية أن هناك تباين كبير بين المواقع اعتباراً من أن AltaVista نشأ في الولايات المتحدة الأمريكية؛ لذلك قد لا يعتبر الصفحات التي لا تستخدم اللغة الإنجليزية كلغة أساسية. واشتملت العديد من الجامعات على مواقع كبيرة جداً من حيث عدد الصفحات والحجم، ولكن بضع صفحات تمت فهرستها من قبل محرك البحث. الخلاصة أن هناك اختلافات هائلة بين المواقع الإلكترونية لهذه المؤسسات المختلفة تصل في بعضها الى ثلاث درجات.

دراسة زافيرس وإيليس **Ellis & Zaphiris** (2001) "قابلية الاستخدام وسهولة الوصول لمحتوى المواقع الإلكترونية لأفضل الجامعات الأمريكية"، هدفت الى التعرف على ما إذا كان يتم ترتيب المواقع الإلكترونية للجامعات الأفضل في الولايات المتحدة الأمريكية على حسب معيار (قابلية الاستخدام وسهولة الوصول إليها)، وحجم الموقع، وسرعة التحميل، وذلك باستخدام معيارين تلقائيين اثنين هما Bobby & Lift، الى جانب تقنيات التحليل الإحصائي. شملت عينة الدراسة 50 موقعا إلكترونياً لأفضل الجامعات الأمريكية. أظهرت النتائج انخفاض قدرات عينة الدراسة في معيار سهولة الاستخدام بشكل عام في معظمها. وانخفاض التشابه أو الامتثال في سهولة استخدام محتوى المواقع المختلفة بنسبة 30%، وأيضاً خلصت الى أن سهولة الوصول الى الموقع الإلكتروني مرتبط بشكل كبير مع سهولة

الاستخدام، الى جانب أن حجم الموقع بالكيلو بايت كان بمثابة متغير لكلا المعيارين سهولة الاستخدام وسهولة الوصول للمحتوى.

من خلال إستعراض الدراسات السابقة، إستفادت الباحثة منها في بعض الجوانب الأساسية في هذه الدراسة، ومن أهمها:

- الإفادة في تأطير منهجية الدراسة، من خلال صياغة مشكلة الدراسة وأهدافها، وتساؤلاتها.
- الإفادة في تحديد أدوات القياس التي ستستخدم في عملية التحليل.
- الإفادة من الدراسات التي استخدمت المنهج الكيفي في التحليل، ومعرفة الفرق بين التحليل الكمي والكيفي في مثل هذه الدراسات التي تتناول المواقع الإلكترونية.
- الإطلاع على الموضوعات المختلفة والزوايا التي يمكن للدراسات أن تتناولها بالتحليل للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، الى جانب التعرف على بعض البرامج المستخدمة في التحليل.
- التعرف على أهم معايير وفئات التصنيفات العالمية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وما يميز الجامعات العالمية الفائزة في هذا المجال، ومنها على سبيل المثال سهولة الانتقال داخل الموقع، وسهولة الوصول إليه.

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

مشكلة الدراسة

تشهد ساحات الجامعات نمواً مضطرباً في مجال استخدام الشبكة العنكبوتية العالمية "الويب"، ومع ثورة المعلومات والاتصالات وانخفاض كلفة الدخول للشبكة وسهولة الاستخدام؛ تزايدت أعداد المواقع الإلكترونية لهذه المؤسسات لتحقيق أهداف متعددة، تعليمية واتصالية وخدمية وغيرها، مما دفع بأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الإهتمام بإنشاء مواقع إلكترونية لها على الشبكة، إلى جانب اهتمامها بطبيعة مضامينها وتصميمها والأدوار التي تقوم بها.

ويعد مجال دراسة وتقييم المواقع الإلكترونية للمؤسسات بجميع أنواعها من المجالات البحثية الحديثة النشأة. وقد تزامن ذلك مع الاهتمام بمفاهيم الجودة في السنوات الماضية، حيث أن جودة الموقع الإلكتروني، ووفرة معلوماته وسهولة الوصول إليه تعطي انطباعاً إيجابياً عن المؤسسة التي يتبع لها الموقع، كما أن التقييم من العوامل التي

تضمن بناء موقع إلكتروني متميز يجذب الزوار إليه، ويحقق الفائدة المرجوة منه (العمران، 2011:7). وفي ضوء الإهتمام المتزايد للجامعات في دول الخليج في بناء مواقع إلكترونية لها، والإهتمام بمضامينها، تتبلور مشكلة الدراسة في البحث في تقييم الدور الاتصالي الذي تؤديه المواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية الرئيسية بدول مجلس التعاون الخليجي، والمقارنة فيما بينها.

أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة كونها من الدراسات الأولى في سلطنة عمان التي تتناول دراسة الدور الاتصالي للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي في دول مجلس التعاون الخليجي. وتعد دراسات تقييم المواقع الإلكترونية للجامعات مهمة كونها توفر معلومات مفيدة، من أجل التعرف على الإيجابيات وتعزيزها، ومتابعة الجديد ومواكبته، ومعرفة جوانب النقص والقصور وتداركها. كما أن هذه الدراسات تبين مدى تحقيق هذه المواقع الإلكترونية للأهداف التي انشأت من أجلها. وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في سعيها الى معرفة أهم الأدوار الاتصالية التي تقوم بها المواقع الإلكترونية لهذه الجامعات، والإستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها، الأمر الذي قد يساعد مستقبلاً على تبني استراتيجيات جديدة لم تستخدم من قبل في هذه المواقع.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الى ما يأتي:

1. معرفة السمات العامة للمواقع الإلكترونية للجامعات من حيث المحتوى والتصميم.
2. معرفة أهم المضامين الاتصالية التي ركزت عليها المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية.
3. معرفة مدى توظيف المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية إمكانيات الإنترنت التفاعلية في تعزيز التواصل مع المحيط الداخلي والخارجي.
4. معرفة أهم الإستراتيجيات الاتصالية التي ركز عليها كل موقع من المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية وفقاً لإستراتيجيات رولر.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما أهم السمات العامة للمواقع الإلكترونية لهذه الجامعات من حيث الشكل والمحتوى ؟
2. ما أهم المضامين الاتصالية التي ركزت عليها المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية؟
3. الى أي مدى وظفت المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية إمكانيات الإنترنت في تعزيز التواصل مع المحيط الداخلي والخارجي؟
4. ما أهم الإستراتيجيات الاتصالية التي ركز عليها كل موقع من المواقع الإلكترونية للجامعات الخليجية الست؟

منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى الى توصيف وتحليل الكيفية التي تستخدم بها إدارات العلاقات العامة بالجامعات الخليجية، المواقع الإلكترونية كوسيلة اتصالية للمتفاعلين معها داخلياً وخارجياً. والوقوف على أهم الإستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها هذه المواقع. تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام التحليل الكيفي. وتعتمد الدراسة المنهج الكيفي Qualitative Analysis الذي يتضمن إجراءات تمكّن الباحث من تحليل النصوص الواردة في مختلف المضامين الإعلامية، ضمن خطة منهجية متكاملة تجمع كافة متغيرات الظاهرة مدار البحث في سياق موحد، ويمكّن الباحث من التوصل الى نتائج منطقية تزيل الغموض عن الظاهرة المبحوثة، أو تحل التعارض بين الخيارات لمتغيراتها (مزاورة، 2011:155). ويرى عبد الحميد (2000:292) أن الدراسات الكيفية تعتبر إطاراً منهجياً يحدد إتجاهات البحث في الظواهر والمشكلات الإعلامية في وجود أفكار أو مقولات خاصة يضعها الباحث من خلال آليات التعامل مع الظاهرة مثل الملاحظة المباشرة أو غير المباشرة أو رصد معاني ودلالات الرموز السائدة وغيرها التي تجعل الباحث يتعامل معها من خلال التأمل والحدس والإطار النظري للتجارب السابقة الى وصف الظاهرة ومحاولة الكشف عما يعتقده حقيقة في حركة هذه الظاهرة وعناصرها.

وفي هذا السياق، فإن هذه الدراسة تستخدم التحليل الكيفي لتوصيف وتحليل الكيفية التي تقدم بها المواقع الإلكترونية لعينة الدراسة معلوماتها، وما هي الإستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها في تقديم هذه المعلومات. وقد تمت مراجعة هذه المواقع بصورة مباشرة خلال فترة زمنية محددة وتحليلها وفق أدوات قياس كيفية تم تطويرها لهذا الغرض.

فئات التحليل

تقوم هذه الدراسة على صياغة مجموعة من الفئات التي تغطي تساؤلات الدراسة لتحديد وتوصيف الشكل والمضمون الاتصالي المقدم، وتحديد إستراتيجيات الاتصال التي ركز عليها كل موقع من مواقع عينة الجامعات الخليجية، وإلى أي مدى عكست هذه الإستراتيجيات الاتصالية في كل موقع، من خلال الملاحظة المباشرة القائمة على فحص الموقع وقراءة مضامينه وتحليلها. وفيما يلي عرض للفئات التي سيتم اعتمادها في عملية التحليل الكيفي كأدوات للقياس.

أولاً: محور إطار الشكل، ويشمل:

1- البساطة: تعني التركيز على ما يجب أن يقدم من مضمون بدون حشو الصفحة بعناصر جرافيكية متحركة أو ثابتة كثيرة، والألوان المتعددة.

2- الوصول إلى الموقع: تعني قدرة أي شخص يستخدم أي نوع من المتصفحات (متصفح كروم، فايرفوكس، إنترنت إكسبلورر، سفاري، أوبرا) وذلك حسب ترتيب أكثر المتصفحات استعمالاً بإحصائيات 2013 (w3schools, website, 2013)، على زيارة الموقع والوصول له، مع القدرة التامة والكاملة للتفاعل مع الموقع إذا تطلب ذلك & (Ellis & Zaphiris, 2001:1).

3- سهولة التصفح: تعني سهولة التنقل داخل الموقع، وهذا يتحقق بوجود خريطة توضح كيفية استخدام الموقع، وطريقة الإستعراض الأفقي أو الرأسي، (حيث يسهل الإستعراض الرأسي التصفح ومد الصفحة للأسفل، بينما يجبر الإستعراض الأفقي المستخدم على تحريك محرك الإستعراض مع كل سطر يميناً ويساراً)، *وقت التحميل، والحصول على المعلومات في كل الأوقات من خلال وضوح قائمة المحتويات، والمصطلحات المألوفة، ووجود روابط تنقل (pinto et al, 2007:325).

4- الاتساق: الوحدة أو التكرار، وتعني تقديم عناصر التصميم بنفس الشكل في جميع الصفحات، وتوحيد أشكال وأحجام ومواضع الشعارات وشريط الاستعراض والروابط في جميع الصفحات، إلى جانب توحيد حجم ونوع الخط المستخدم (نصر، 2013:350). وسيتم قياس الخطوط وسهولة قراءتها من خلال استخدام الخطوط المتاحة والشائعة التي تدعمها أغلب أجهزة الكمبيوتر.

*تم قياس مدة التحميل للمواقع وفقاً لبرنامج www.hongkiat.com

5- التنوع: تقديم محتوى متحرك ومتعدد في حزم متناسقة وموحدة شكلاً وتصميماً، مع تنوع الأساليب والقوالب المستخدمة.

6- القارئية: بمعنى القدرة على قراءة ورؤية صفحات الموقع، وذلك يتحقق ووضوح عناصر الصفحة التوبوغرافية، وهي:

- أ_ المتن، وهي الحروف والكلمات التي تحمل المضمون والمعلومات، ومناسبة حجمها ونوعيتها وسهولة قراءتها.
- ب_ الصور والرسوم، وكافة الوسائل الإيضاحية كالخرائط والشعارات والأشكال البيانية وغيرها، التي تساهم في رد وتوضيح المضمون. وسيتم قياس وضوحها من خلال عامل الرؤية.
- ج_ البياض أو المساحات السالبة، ويشتمل على البياض حول حروف الكلمات وبين الكلمات والسطور، والبياض بين المساحات الفاصلة بين المواد المختلفة.

7- التوازن: وتعني أن يكون لكل عنصر من عناصر الصفحة فرصة في جذب نظر المستخدم، وأن لا تطغى العناصر الكبيرة على العناصر الصغيرة، أو العناصر الملونة على العناصر غير الملونة، أو وجود عناصر بارزة وعناصر غير بارزة (نصر، 2013:342).

8- الجاذبية: تعني التصميم المحترف، والمظهر المتميز للموقع الذي يشد الانتباه، ويميز عن غيره، ومنطقية الألوان المستخدمة، وحركة وثبات الأشكال والصور، الى جانب درجة تحقيقه للفئات السابقة.

ثانياً: محور إطار المضمون، ويشمل:

1- مجالات المضمون: ويقصد بها في هذه الدراسة المجالات الثلاثة التي تعمل بها الجامعات بشكل رئيسي وهي:

أ- مجال التعليم والتعلم، وتتضمن: البرامج الأكاديمية والخطط الدراسية والقبول والتسجيل وبرامج الإعتماد الأكاديمي والتعليم الإلكتروني والهيئة التدريسية واللوائح والتنظيمات، والمرافق والمعامل التدريسية، والإحصائيات المتعلقة بهذا الجانب، وغيرها.

ب- مجال البحث العلمي، ويتضمن: أنشطة الدراسات العليا، والمؤتمرات والندوات العلمية، والبحوث العلمية والرسائل الجامعية، وأنشطة المراكز البحثية، والكراسي البحثية والمنح الدراسية.

ج- مجال خدمة المجتمع، تتضمن: التعليم المستمر، والتدريب الطلابي، وخدمات المستشفيات الجامعية، وخدمات المراكز الإستشارية، وما يتعلق بالخريجين.

2- أنواع المضمون: هي الأصناف المتعددة من المضامين ومنها مضامين تتعلق بالمعلومات العامة (وتتضمن الأخبار والتقارير السنوية، والنبذات التعريفية)، ومعلومات قانونية وإدارية وسياسات (وتتضمن اللوائح الأكاديمية والهياكل التنظيمية، والنظم والإرشادات والمهام، والإختصاصات، وسياسات كل عنصر)، ومعلومات تتعلق بالإستراتيجيات (وتتضمن الرؤية والرسالة والأهداف والقيم والغايات والمبادئ).

3- الأنماط الاتصالية: وتشمل الأخبار والتقارير، والإعلانات، والمقالات والتحقيقات، والخطابات، والصور ومقاطع الفيديو، والخلفيات.

4- كفاية المضمون: يقصد بها اكتمال المعلومات المتعلقة بالمادة، واستيفائها لكافة التفاصيل، كإستخدام الأرقام والصور والرسوم البيانية وغيره، وعدم وجود وصلات لا تعمل أو غير مكتملة.

5- الخدمات المقدمة: وتشمل اللغات الأخرى، والبريد الإلكتروني، ومحركات البحث، والأرشفة والتوثيق، والخدمات الخاصة بكل موقع.

ثالثا / محور الإستراتيجيات الاتصالية لرولر، وتشمل:

1- إستراتيجية الإعلام، وهي:

إستراتيجية اتصالية في إتجاه واحد، من المؤسسة الى الجمهور، وتعبّر عن رؤية المنظمة، وتحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد. ويتم تقديم المعلومات الى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرارات.

2- إستراتيجية الإقناع والتفسير، وتقاس من خلال عدة فئات:

- عرض رأي: وتتضمن رأي المؤسسة حول أحد المواضيع ذات الأهمية بالنسبة لها ولجمهورها، بشكل يعكس وجهة نظرها، إلا أن المضمون الاتصالي يعبر عن رؤية كل من الطرفين.
- عرض قضية: يشتمل على عرض أحد القضايا ذات الأهمية للمؤسسة وجمهورها، ويكون الاتصال في إتجاه واحد، إلا أن المضمون الاتصالي يعبر عن رؤية كل من الطرفين.

- تفسير موقف أو سياسة: وهي أن تقوم المؤسسة بتقديم تفسير حول إحدى المواقف ذات الأهمية بالنسبة إليها ولجمهورها، ويكون الاتصال في اتجاه واحد، في حين أن المضمون الاتصالي يعبر عن كلا الطرفين.
- أكثر من خيار: أن يتناول الموضوع المطروح أكثر من عرض، كتفسير موقف وعرض قضية في آن واحد، أو عرض قضية ورأي معاً، أو جميعها معاً.

3- استراتيجية بناء الإجماع، وتقاس من خلال عدة فئات:

- كسب التأييد لسياسة معينة: محاولة المؤسسة كسب التأييد لسياسة معينة تنتهجها من خلال تحقيق الاتصال المشترك مع الجمهور، عبر الإستقصاء، أو الإستقراء من خلال الموقع الإلكتروني، أو صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسة.
- كسب التأييد لقرار معين: تحاول المؤسسة كسب تأييد جمهورها لقضية معينة ذات أهمية بالنسبة لها ولجمهورها، من خلال تحقيق الاتصال المشترك مع الجمهور، عبر الإستقصاء، أو الإستقراء عبر الموقع الإلكتروني، أو صفحات التواصل الاجتماعي.
- كسب التأييد لقضية معينة: أن تقوم المؤسسة بتقديم تفسير حول إحدى المواقف ذات الأهمية بالنسبة إليها ولجمهورها، ويكون الاتصال في اتجاه واحد، في حين أن المضمون الاتصالي يعبر عن رؤى كلا الطرفين.
- كسب التأييد لقانون أو تشريع معين: تحاول المؤسسة كسب تأييد جمهورها لقانون أو تشريع معين سوف تتخذه، من خلال الإستقصاء أو الإستقراء على الموقع الإلكتروني، أو صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسة.

4- استراتيجية الحوار، وتقاس من خلال:

- التواصل مع الجمهور: وتتضمن تواصل المؤسسة مع جمهورها، وإشراكه في كافة القرارات والقضايا والمواضيع ذات الأهمية بالنسبة للطرفين، وذلك من خلال التفاعل المشترك، وتحقيق الحوار عبر عدة قنوات، مثل: برامج المحادثة الفورية، الدردشات، المنتديات، وشبكات التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة

تمثل العينات جزءاً من المجتمع الكلي المراد دراسته. واستخدام العينات يرفع مستوى العمل البحثي، ويجعله أكثر دقة؛ لأن دراسة عدد قليل من المفردات أو الحالات تتيح للباحث فرصة جمع معلومات دقيقة وكثيرة عن كل

مفردة أو حالة، والعبرة في اختيار العينة هو الحصول على عينة تعطي نتائج ذات دقة معينة بأقل تكلفة ممكنة، أو تعطي أعلى دقة بتكاليف محدودة (الجمال وعياد، 2005:147).

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العمدية التي شملت المواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية الرئيسية الست بدول مجلس التعاون الخليجي، وهي:

- جامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- جامعة الملك سعود (المملكة العربية السعودية)
- جامعة البحرين (مملكة البحرين)
- جامعة الإمارات (الإمارات العربية المتحدة)
- جامعة قطر (قطر)
- جامعة الكويت (الكويت)

واختارت الباحثة هذه الجامعات كونها تمثل الجامعات الحكومية الرئيسية الأولى والأبرز في كل دولة ضمن إطار إقليمي واحد هو الخليج العربي، والمقارنة بين مواقعها الإلكترونية.

مجال الدراسة وحدودها

تقتصر هذه الدراسة على المواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية الرئيسية في كل دولة خليجية، والمتاحة فعلياً على الشبكة، من خلال تفصيلها باستخدام محركات البحث. أما المجال الزمني للدراسة فقد حدد بتاريخ من 2013/10/1 إلى 2013/11/15.

اختبار الصدق

في هذه الدراسة تم تحقيق مستوى من الصدق من خلال وضع فئات واضحة للقياس الكيفي، معرفة تعريفات دقيقاً. إذ قامت الباحثة باستخدام هذه الفئات كموجهات للتحليل. وعملت على زيارة هذه المواقع وسجلت ملاحظاتها على الشكل والمضمون والدور الاتصالي بصورة مباشرة من خلال متابعة كل ما يحتويه الموقع.

الفصل الرابع

تحليل الدراسة ونتائجها

يتناول هذا الفصل تحليل فئات الدراسة الثلاثة، الأولى المتعلقة بالجانب الشكلي، والثانية المتعلقة بجانب المضمون، والثالثة المتعلقة بالإستراتيجيات الاتصالية للمواقع.

أولاً: الإطار الوصفي للمواقع

1- البساطة

يتسم موقع جامعة السلطان قابوس بالبساطة، حيث يضم شريطاً استعراضياً أفقياً يتضمن روابط للجامعة والكليات والبرامج الدراسية والمراكز والعمادات وغيرها، تليها الواجهة الأمامية التي تستعرض صوراً متحركة. وأجزاء لخطاب السلطان قابوس، وكلمة الرئيس والرؤية والرسالة والأهداف وغيرها، وإلى جانبها وصلات رأسية للبوابة الإلكترونية والبريد الإلكتروني والتعليم الإلكتروني وغيرها. في الجزء السفلي وصلتين للأخبار والفعاليات، ومساحة إعلانية تتضمن عناصر جرافيكية متحركة، وأخيراً، شريط استعراضي ضيق لروابط الحياة الجامعية والمجالات العلمية وغيرها. وبهذا يتسم عرض المضمون والوصلات بالنص والصورة بالحجم المناسب بدون حشو أو ازدحام للصفحة الرئيسية بعناصر ثابتة أو متحركة كثيرة. حيث يقتصر عرض العناصر الجرافيكية المتحركة على الجزء الأيمن السفلي من الموقع لعرض الفعاليات والأحداث والإعلانات. وعلى صعيد الصفحات الداخلية تبدو في أغلبها متضمنة لمعلومات دون وجود أجزاء وعناصر متعددة تمنع التركيز في المضمون، ومن أمثلة هذه الصفحات، صفحة كلية العلوم وصفحة البرامج الدراسية البكالوريوس وصفحة كلمة رئيس الجامعة وغيرها. وكذلك الأمر في الصفحات الداخلية التي تتضمن على روابط للمعلومات المتضمنة بدون وجود عناصر متحركة أو ثابتة كثيرة تغطي على المحتوى مثل صفحات عمادة شؤون الطلبة ودائرة المشتريات ورصد الزلازل وغيرها.

أما موقع جامعة الملك سعود فيتنصف بالازدحام نوعاً ما لعرضه المضامين وبعض العناصر الجرافيكية بشكل يعكس ازدحام الصفحة الرئيسية. حيث يعرض في منتصف الصفحة الرابط الرئيسي لأخبار الجامعة الرئيسية متضمنة الصور وجزء كبير من الخبر، وذلك لعدد من الأخبار تبلغ ثلاثة تحوز على مساحة كبيرة من الصفحة. أيضاً رابط رئيسي آخر يتبع الأخبار بعنوان فعاليات ويحوز أيضاً على مساحة كبيرة نسبياً، أضف إلى ذلك إعلانات الجامعة التي تستحوذ على مساحة ليست قليلة، والأهم من ذلك وصلات خدمات الطلاب وخدمات هيئة التدريس التي

تبلغ 37 خدمة يتم استعراضها جميعاً في الصفحة الرئيسية. وفي نهاية الصفحة الرئيسية تتوفر مساحة كبيرة تساهم في حالة ازدحام الموقع وهي شريط الاستعراض السفلي ويحتوي على معلومات عن خدمات تتضمن روابط فرعية ظاهرة منها الدعم الفني واتصل بنا وإنشاء بريد إلكتروني والخدمات الإلكترونية وغيرها. وعلى صعيد الصفحات الداخلية فهي تتراوح بين البساطة والازدحام، حيث تتسم أغلب الصفحات بالبساطة بدون وجود عناصر أو أشكال كثيرة تغطي على المضمون، كصفحات الجولة الافتراضية، و صفحة الحاوية العلمية، حيث تقتصر على عرض المضمون مع عناصر جرافيكية محدودة متحركة أو ثابتة، أما نماذج الصفحات التي تتسم بالازدحام بسبب وجود أخبار كثيرة محشورة في واجهة الصفحة وصور ثابتة أو متحركة أو إعلانات أو إبراز بعض عناصر الصفحة بطريقة مبالغ فيها وبأحجام كبيرة، صفحات الكليات الصحية (كلية التمريض، وكلية الأمير سلطان للخدمات الطبية الطارئة، وكلية طب الأسنان وغيرها)، إلى جانب صفحات الكليات النسائية، وغيرها.

وتعد الصفحة الرئيسية لموقع جامعة البحرين التي تتضمن العديد من العناصر الثابتة والمتحركة، من أكثر الصفحات التي تتسم بالازدحام، حيث تتضمن الصفحة شريط استعراض علوي يمتد من بداية الصفحة الى نهايتها متضمناً روابط عن الجامعة والطلبة وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والكليات والمكتبة والعمادات المساندة ودوائر إدارية ومراكز متخصصة والخريجين وإصدارات الجامعة وأخيراً رابط الصفحة باللغة الإنجليزية. وعلى يمين الصفحة يوجد شريطي استعراض يستحوذان على مساحة من الصفحة، الأول يعد واجهة الموقع ويستعرض بعض أخبار الجامعة المهمة وشريط الاستعراض الثاني بعنوان جديد الجامعة وأيضاً يستعرض أخبار ومعلومات متعلقة بما يجري في الجامعة، وفي منتصف الصفحة شريط استعراض بعنوان أخبار الجامعة يتضمن مجموعة من الأخبار أيضاً، يتبعه ثلاث وصلات إعلانية بشكل رأسي. وأخيراً في الجانب الأيسر يوجد تقويم الجامعة يتبعه بشكل رأسي أيضاً شريط استعراض بعنوان روابط سريعة تشتمل على روابط لخدمات إلكترونية عن طريق الإنترنت والتسجيل الإلكتروني والأرشيف والدعم الفني. ويليه رابط المملكة تحتفل بعيدها الوطني في جامعة البحرين. أما شريط الاستعراض السفلي فيتضمن روابط موقع الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، وحقوق الصفحة، ووصلة اتصل بنا وخريطة الموقع. وبهذا الكم الكبير من العناصر والتقسيمات والمعلومات في الصفحة الرئيسية والتي تظهر في شاشة واحدة دون الحاجة الى تحريك شريط الاستعراض، يبدو الموقع مكتظاً على من يرغب المتابعة أو الحصول على المعلومات. أما الصفحات الداخلية فتتسم ببساطة شديدة مناقضة للصفحة الرئيسية، حيث تشتمل غالباً على المعلومات المتضمنة فقط الى جانب شريط استعراض أيمن يعرض للعودة الى الصفحة الرئيسية ويليه الروابط التابعة أو المتعلقة بمضمون الصفحة، وشريط الاستعراض الأيسر المحتوي على روابط أخبار وإعلانات وروابط سريعة،

وشريط الاستعراض السفلي، بدون وجود عناصر أخرى، ومن أمثلتها صفحة مجالس الكليات، والمكتبة ودوائر إدارية وغيرها.

أما موقع جامعة الإمارات فيتسم بالبساطة بشكل عام لكنه لا يخلو من بعض الازدحام والتكرار في بعض جوانبه، فعلى صعيد وجود العناصر الجرافيكية المتحركة والثابتة والمضامين، تتوفر وصلات رئيسية في الواجهة الرئيسية للفرص الدراسية والطلاب الحاليين والوظائف الشاغرة وغيرها مع مجموعة صور متحركة. وعلى الجانب الأيمن تتوفر وصلات أخرى لعمادة القبول والتسجيل للدراسات العليا وغيرها الى جانب بعض الصور المتحركة والثابتة والمعبرة عن حفل التخرج، وإعلان لمبادرة أبشر. وبقية العناصر ثابتة مثل الصور المرافقة للأخبار على يسار الصفحة. أضف الى ذلك وجود مجموعة من الأيقونات المهمة مثل المكتبات وعن الجامعة والكليات والأقسام وغيرها أعلى الصفحة. وأخيراً على يسار الصفحة تتوفر أيقونات الأخبار والأحداث والفيديو مدعومة بصور والتي تأخذ مساحة كبيرة جداً تقلل من بساطة الموقع.

أما في الصفحات الداخلية فتظهر بسطة حيث تقتصر على مضامين وروابط لمعلومات رئيسية عن الصفحة وعناصر وصور جرافيكية ثابتة وبسيطة مثل صفحة الوظائف الشاغرة تقتصر على صورة واحدة فقط جانبية لطالب إماراتي. كما تخلو بعض الصفحات الداخلية من عناصر مرافقة مثل صفحة البحث والدراسات العليا وغيرها. ومما يمثل نقاط ضعف في الموقع تكرار بعض العناصر المتشابهة، على سبيل المثال يوجد في الصفحة الرئيسية ضمن شريط الاستعراض بمنتصف الصفحة رابط للأحداث والأخبار، وفي الوقت نفسه يوجد رابط آخر بنفس المسمى وهو أخبار ضمن القائمة الثابتة على يمين الصفحة في الجانب السفلي تحديداً، وتتكرر مرة أخرى في شريط الاستعراض العلوي، وهي تحتوي على عرض مكرر لمحتويات الرابط الأول وهي (أخبار، وأحداث، وفيديو). ويتكرر رابط الفرص الدراسية مرتين بوجوده ضمن شريط الاستعراض العلوي وشريط الاستعراض بمنتصف الصفحة وهذا على سبيل المثال لا الحصر. أضف الى ذلك أن الصفحات الداخلية تكرر المعلومات نفسها كروابط داخلية في هذه الصفحات لنفس الروابط الرئيسية السابقة الذكر، مثل صفحة الأخبار وتكرار روابط الأحداث والفيديو كروابط جانبية، وهكذا بالنسبة لبقية الصفحات. إلى جانب ذلك يوجد عناصر تشترك في طبيعة مضامينها بروابط منفردة وفي أماكن مختلفة، كان من الأفضل جمعها تحت رابط واحد رئيسي يؤدي إليها. مثلاً ضمن شريط الاستعراض بالجانب الأيمن توجد وصلة لشركاء جامعة الإمارات، وإلى جانبها مباشرة وصلة أخرى للجنة المشتركة بين جامعة السلطان قابوس وجامعة الإمارات، وكلاهما يتحدثان في نفس الموضوع. بالإضافة الى ازدحام الموقع بعرض العديد من الأخبار والأحداث المدعومة بالصور على الصفحة الرئيسية على الرغم من تكرار هذا العنصر أكثر من مره كما سبق ذكره،

حيث تحتل الأخبار معظم مساحة الصفحة الرئيسية من الجانب الأيسر، 10 أخبار في ذات الصفحة، منها أخبار طبية وأخبار اجتماعية، وغيرها. مما يشكل نوعاً من الكثرة غير المرغوب بها في عرض المعلومات، حيث كان بالإمكان الإشارة إليها سريعاً وعرضها بالتفصيل في الصفحات الداخلية.

أما على صعيد الصفحات الداخلية فتبدو أكثر بساطة في المعلومات التي تعرضها، على سبيل المثال صفحة عمادة التسجيل التي تشتمل على روابط ومعلومات للقبول والتسجيل وحساب الطلبة، ولكن في الروابط الجانبية تتكرر مره أخرى نفس الروابط لنفس المعلومات متمثلة في روابط للقبول والتسجيل وحساب الطلبة. وفي صفحة شركاء الأعمال للجامعة، تتكرر وصلة جانبية بنفس المسمى (شركاء الأعمال) على نفس الصفحة، الى جانب وصلات أخرى مثل الخطط الإستراتيجية وأحداث وأخبار ووظائف شاغرة، وغيرها.

ويتسم موقع جامعة قطر بالازدحام نوعاً ما، إذ يحتوي على عدد كبير من المضامين والعناصر في الصفحة الرئيسية، ففي الشريط العلوي يستعرض وصلات للجامعة والقبول والكلية وغيرها، يتبعها الواجهة الأمامية التي تستحوذ على مساحة كبيرة جداً وهي تستعرض أخباراً بعضها بصور ثابتة، كما تتوفر وصلات تستحوذ على مساحات من الصفحة وهي حقائق وأرقام، وإعلانات مصورة، وفيديوهات، وفعاليات، وأخبار، ومساحة تعرض لصفحات موقع الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، والخريج المتميز المدعومة بصور متحركة. الى جانب شريط استعراض في منتصف الصفحة لكل من الطلبة والمصادر والمكاتب ومواد إعلامية وهي تضم روابط فرعية لكل عنصر منها ظاهر على الصفحة، وجميعها مدعوم بصور ثابتة، وهي أيضاً تستحوذ على مساحة كبيرة. أضف الى ذلك المساحة التي تحتوي على صورة ثابتة للجامعة، وتضم شريط استعراض مصغر للوظائف والبوابة الإلكترونية والبريد الجامعي وغيره، وشبكات التواصل الاجتماعي للجامعة ومحرك بحث للنشرات الإخبارية، وأيضاً معلومات للتواصل مع الموقع في نهاية الصفحة. أما على صعيد الصفحات الداخلية فتبدو بعضها بسيطة متضمنة لروابط جانبية للمعلومات المتعلقة بالصفحات، مع توفر صور ثابتة ومتحركة، إلا أن ما يقلل من بساطتها هو تكرار الجزء السفلي الممتد في الصفحة الرئيسية في بعض الصفحات الداخلية، مثل جميع الصفحات التابعة لرابطة عن الجامعة، وبعض الصفحات التابعة لرابطة القبول وغيرها، كما تظهر بعض الصفحات أكثر ازدحاماً بالمعلومات والعناصر كصفحات الكليات، و صفحة الخدمات المهنية وغيرها.

ويتميز موقع جامعة الكويت بالبساطة كونه لا يحتوي على عناصر كثيرة في صفحته الأولى، حيث تشتمل على شريط استعراض علوي لنبذة عن الجامعة والكلية وغيرها، وفي الجانب الأيمن شريط استعراض رأسي يتضمن عناوين رئيسية أربعة وهي الخدمات الطلابية وأعضاء هيئة التدريس/الموظفين ووظائف شاغرة بجامعة الكويت

والتقويم، ويندرج تحت كل منها روابط فرعية لمضامينها ظاهرة على الصفحة مما يجعلها تستحوذ على مساحات أكبر. وشريط استعراض أيسر يوفر أيقونات أفقية لكل من الصفحة الرئيسية و صفحة الفيس بوك و صفحة تويتر، ثم شريط رأسي يتضمن خدمات إضافية والالتحاق بالجامعة وغيرها تليها إعلانات. وتقتصر العناصر المتحركة على الصور التي تستعرض تباعاً في الواجهة الرئيسية بمنتصف الصفحة. وفي أسفلها أخبار وأحداث. وأيضاً اختصار جميع الصفحات الداخلية على استعراض صورة واحدة ثابتة، مما يضيف نوع من البساطة على الموقع.

من العرض السابق يمكن استخلاص ما يأتي:

1- تتشابه مواقع جامعة السلطان قابوس وجامعة الكويت في بساطتهما نظراً لكم المضامين التي تحتويها، والعناصر الجرافيكية الثابت والمتحركة فيها، حيث لا تشكل ازدحاماً داخل صفحاتها الرئيسية أو صفحات المواقع الداخلية.

2- يمكن أن يكون موقع جامعة الملك سعود أكثر بساطة من خلال إعادة النظر في استعراض الأخبار في وصلة أخبار الجامعة بالصفحة الرئيسية بشكل منفرد، حيث إنها تحوز على مساحة كبيرة خاصة مع تعدد الأخبار المعروضة. وبهذا يمكن تصغير حجم الصفحة الرئيسية التي تتسم بالتوسع الكبير على عكس صفحات المواقع الجامعية الأخرى في هذه الدراسة. والأمر نفسه ينطبق على وصلة خدمات الطلاب وخدمات هيئة التدريس التي تستعرض كافة وصلاتها الفرعية على الصفحة الرئيسية أي أنها تظهر في شاشة واحدة، على الرغم من تعدد الوصلات لما يقارب 37 وصلة. فمن الأفضل توفير الرابط الأساسي وعند الضغط عليه يقود الى صفحات أخرى داخلية، مما يساعد على إضافة بساطة أكثر على الصفحة الرئيسية. إلى جانب ذلك، يمكن اختصار شريط الاستعراض السفلي في نهاية الصفحة، الذي يستعرض معلومات عن بعض الخدمات مثل الدعم الفني وإنشاء بريد إلكتروني وإنشاء موقع عضو هيئة التدريس، ومادة وسائل متعددة (التقرير الأسبوعي)، و صفحات الجامعة على الشبكات الاجتماعية وغيرها، حيث أنه يستحوذ على مساحة كبيرة. وكذلك بالنسبة للصفحات الداخلية التي تتوحد مع الصفحة الرئيسية في عناصر التصميم التي تحتويها.

3- في موقع جامعة البحرين يمكن القول إن طريقة الاستعراض والتصميم المعتمدة لعرض كل المعلومات في الصفحة الرئيسية بدون الحاجة الى تحريك محرك شريط الاستعراض أعلى وأسفل أو يمين ويسار، يجعل الموقع مبتعداً عن البساطة التي تتسم بها التصميمات الحديثة، وأيضاً ضعف القدرة على توصيل المعلومات للمستخدمين من خلال توفير معلومات مبسطة ومريحة لعين المتلقي.

4- تكمن أبرز الملاحظات على موقع جامعة الإمارات في عرض أكثر من رابط لنفس الموضوع أو المحتوى في نفس الصفحة مما يحدث نوعاً من الارتباك لدى المستخدم أو الزائر، الى جانب أنه يعطي نوعاً من الازدحام في عرض المعلومات على الموقع، ويقلل من بساطته. وازدحام موقع جامعة قطر بالعديد من العناصر التي تأخذ مساحة كبيرة في الصفحة الرئيسية.

2- الوصول الى الموقع

من خلال محركات البحث الأشهر والأكثر استخداماً للوصول الى موقع جامعة السلطان قابوس، يتضح سهولة الوصول الى الموقع مباشرة، وظهوره كخيار أول في قائمة البحث. وتظهر إمكانية التفاعل مع الموقع من خلال محرك البحث الداخلي الذي يتيح البحث عن المعلومات المطلوبة ولكنه لا يعمل، ووصلة اتصل بنا التي توفر عنوان الجامعة ورقم الهاتف والفاكس للتواصل. وأيضاً صفحة للجامعة على الفيس بوك، (ويوجد صفحة للجامعة أيضاً على تويتر ولكن لا يوجد لها أي رابط على الموقع حسب علم الباحثة)، كما لا يتوفر منتدى تابع للجامعة، أو مدونات أو إمكانية للدردشة الفورية أو تعليق على الموضوعات المطروحة في الموقع. ويظهر موقع جامعة الملك سعود ضمن الخيارات الأولى في قائمة البحث بمختلف المحركات البحثية، مما يعكس سهولة الوصول إليه. أما التفاعل مع الموقع فيمكن رصدها من خلال محرك بحث ولكنه قيد التطوير خلال مدة الدراسة هذه. أيضاً وصلة اتصل بنا التي توفر صفحة لإرسال رسائل بريدية للجامعة، وأرقام هاتفية، وبريد إلكتروني للتواصل مع الجامعة، و صفحة للدعم الفني، كما تتوفر صفحات عديدة لموقع الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، وتظهر في شريط الاستعراض السفلي للصفحة الرئيسية وهي صفحات على كل من فيس بوك وتويتر وجوجل بلس ويوتيوب وتاور. كما أن الموقع ثري بالتواصل والتفاعل الإلكتروني وإمكانية التعليق على الموضوعات المطروحة.

يظهر موقع جامعة البحرين كخيار أول في جميع محركات البحث المختارة في هذه الدراسة، مما يعني عدم وجود أية صعوبات في الوصول إليه. وفي جانب التفاعل مع الموقع، فيمكن رصدها من خلال محرك بحث للبحث عن المعلومات داخل الموقع، ووصلة اتصل بنا ودليل الهاتف التي توفر أرقام هواتف الجامعة وأرقام للطوارئ، وإمكانية بحث الأرقام بالاسم أو الوظيفة أو بالأقسام أو البحث الأبجدي. كذلك يتضمن الشريط السفلي بنهاية الموقع وصلات صفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي وهي صفحة على الفيس بوك وتويتر والإنستجرام واليوتيوب، ولا تتوفر المضامين التفاعلية الأخرى كالتعليق على الموضوعات المطروحة والمنتديات وغيرها. ومن خلال محركات البحث المستخدمة في عينة الدراسة، يظهر موقع جامعة الإمارات كنتيجة أولى في قائمة البحث، مما يعني سهولة الوصول إليه. أما من ناحية التفاعلية في الموقع، فتظهر على الصفحة الرئيسية من خلال وجود محرك

بحث للبحث عن المعلومات داخل الموقع، ووصلة اتصل بنا وهي توفر أرقام هاتفية وفاكس وإيميل للتواصل. أيضاً يوفر الموقع في أسفل الصفحة وصلات وروابط لصفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي صفحات في كل من فيس بوك وتويتر ولينكد إن وصفحة الجامعة على اليوتيوب. ومن خلال البحث في الشبكة العنكبوتية يلاحظ توفر قسم لمنتدى لطلاب جامعة الإمارات ضمن منتدى آخر لطلاب كليات الإمارات، يتضمن المنتدى الجامعي العام، وصفحات لجميع الكليات ولكن لا يتم الإشارة إليه في الموقع. ولا توجد أية مضامين تفاعلية أخرى.

يظهر موقع جامعة قطر في قائمة محركات البحث جميعها كخيار أول، مما يعكس سهولة وصول الباحث أو الزائر إليه. وفي جانب التفاعل مع الموقع، فيمكن رصدها من خلال محرك بحث للبحث عن المعلومات داخل الموقع، ووجود وصلة عناوين للتواصل وهي أرقام هواتف وأرقام بريدية وإيميل إلكتروني، ووصلة لمركز الاتصال الطلابي بالشريط السفلي بنهاية الموقع. أيضاً يوفر الموقع في الصفحة الرئيسية وصلات وروابط عديدة لصفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي صفحات في كل من فيس بوك وتويتر ولينكد إن وجوجل بلس وفليكر وانستجرام وفوركسيور وصفحة الجامعة على اليوتيوب، كما تجد الباحثة منتدى للجامعة يعنى بقضايا وأحداث جامعة قطر للطلاب والمنتسبين إليها، ويضم المنتدى التعليمي والمنتدى الرمضاني والمنتدى الإداري، ولكن لا تجد له أي إشارة في الموقع. وتقتصر التفاعلية في الموقع على ما سبق ذكره فقط.

كما يظهر موقع جامعة الكويت أيضاً ضمن أولى الخيارات بمحركات البحث، مما يعكس سهولة الوصول إليه. وتظهر إمكانية التفاعل مع الموقع من خلال الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية بوجود محرك بحث للموقع، ووصلة اتصل بنا التي تمد المستخدم بمحرك للبحث في أسماء الموظفين العاملين في جامعة. أيضاً تتوفر صفحتين للموقع على شبكات التواصل الاجتماعي وهما على الفيس بوك وتويتر، ولا توجد أي إشارة في الموقع الى وجود منتدى يتبع الجامعة إلا أن البحث من خلال محركات البحث يتضح وجود منتدى للجامعة باسم منتديات طلبة وطالبات جامعة الكويت، يضم عدة أقسام هي المنتدى الأكاديمي ومنتدى الصحافة والمنتديات العامة وكليات الجامعة والأقسام الدراسية الأكاديمية والمنتدى الإداري، ولكن لا تتم الإشارة إليه في الموقع. من العرض السابق يمكن استخلاص ما يأتي:

1. يتضح من خلال جميع المتصفحات التي استخدمت في هذه الدراسة وهي (متصفح كروم، وفايرفوكس، وإنترنت إكسبلورر، وسفاري، وأوبرا)، أن المواقع الستة للجامعات الخليجية تبرز كخيار أول ضمن نتائج البحث، مما يعكس قدرة الباحث عن هذه المواقع في الوصول إليها بسهولة، ويعكس أيضاً اهتمام هذه الجامعات بإبراز وتحسين ظهور مواقعها في مقدمة النتائج البحثية لمختلف المتصفحات.

2. تتفاوت المواقع الستة عينة الدراسة فيما بينها في إعطاء الزائر لهذه المواقع قدرة على التفاعل معها. ففي حين يحفل موقع جامعة الملك سعود بمختلف المضامين التفاعلية للإعلام الإلكتروني الجديد من شبكات اجتماعية بتنوع ميزاتها وأهدافها، وإتاحة الفرصة للتعليق على الموضوعات المطروحة في المواقع وتوفر منتديات ومدونات وغيره، والذي يعكس حالة من الإهتمام والوعي لدى القائمين عليه بالتطورات التكنولوجية في هذا المجال وما الذي يمكن أن تقدمه لخدمة الموقع ومستخدميه، وبناء علاقة تفاعلية وحوارية أفضل. إلا أن المواقع الأخرى تكتفي باستخدام جزء معين أو عناصر محددة من الوسائل التفاعلية. حيث يعكس المضمون التفاعلي لجامعة السلطان قابوس ندرة وشح في التفاعلية، حيث لا يوفر الكثير في مجال التفاعل مع المستخدمين للموقع والقائمين عليه، وكذلك الحال في كل من موقع جامعة البحرين وجامعة الكويت وجامعة الإمارات وجامعة قطر.

3. يلاحظ توفر منتديات لبعض المواقع الجامعية لكل من جامعات الإمارات وقطر والكويت، ولكن لا يتم الإشارة إليها داخل المواقع الرئيسية هذه، ربما يعكس ذلك ضعف الإهتمام من قبل القائمين عليها بتضمينها ضمن المواقع، وفي جانب آخر يمكن القول أن تلك المنتديات لا ترتبط بالجامعات من حيث النشأة وجهة الإرتباط، وذلك للعبء القانوني وغيره الذي من الممكن أن تشكله على الجامعات، ولكن يعود فضل وجودها وتأسيسها الى الطلاب المنتسبين إليها بجهود فردية أو جماعية.

3- سهولة التصفح

يشتمل موقع جامعة السلطان قابوس على خريطة تعرض أهم الروابط الموصلة للمحتويات والمعلومات التي تتعلق بالجامعة، منها الرئيسية، والمراكز والكليات والبرامج الدراسية والعمادات وغيرها. كما أن الموقع يعرض معلوماته بطريقة أفقية في الصفحة الرئيسية، أما الصفحات الداخلية فتستخدم الاستعراض الرأسي. وفيما يتعلق بمدة التحميل - وذلك باستخدام شبكة جامعة السلطان قابوس - فتبلغ 9,44 ثانية، وهي مدة قصيرة نسبياً لكنها أطول زمنياً منها في حالة المواقع الأخرى. ومن ناحية وضوح قائمة المحتويات، وتراتبية العناصر وانتظامها، يتضح في تقسيم المحتويات والمضامين اشتمال الموقع على المعلومات العامة للمؤسسة مثل معلومات عن الجامعة، والمعلومات المتعلقة بالجانب الأكاديمي مثل العمادات والكليات والبحث العلمي والدراسات العليا. أيضاً توفر المعلومات المتعلقة بالمراكز البحثية والخدمية بالجامعة، والوحدات الإدارية مثل دائرة العلاقات العامة ودائرة التخطيط والإحصاء ودائرة الشؤون القانونية وغيرها. الى جانب المعلومات المتعلقة بالأهداف والرسالة والرؤية. وشريط الأخبار الذي يعرض عن الفعاليات القادمة والأحداث والأخبار داخل الجامعة. وتحتوي الصفحات الداخلية أيضاً على معلومات وروابط جانبية تتعلق بكياناتها. ولا تجد الباحثة في الموقع أية مصطلحات غريبة أو غير مألوفة. بشكل عام تتسم اللغة المستخدمة

والألفاظ بالوضوح والألفة. وفيما يتعلق بروابط التنقل للمحتويات، تشتمل كافة المحتويات على روابط لمعلومات أكثر تفصيلاً، مثل البوابة الإلكترونية التي تقود الى معلومات أكاديمية وعامة وخدمات للطلاب وعضو هيئة التدريس. وروابط المكتبات الذي ينقل المستخدم الى معلومات عن المكتبات بالجامعة مثل المكتبة الرئيسية والمكتبة الطبية وغيرها.

لا يوجد بموقع جامعة الملك سعود خريطة توضح محتويات الموقع ومضامينه وكيفية استخدامه، ولكن توفر رابط رئيسي بعنوان خريطة الجامعة والتي تشتمل في روابطها الداخلية على معلومات موصلة لموقع الجامعة الذي تتواجد فيه وتفصيلاته، مثل جولة افتراضية وخريطة ثلاثية الأبعاد ومخطط عام للمدينة الجامعية. أما بشأن الاستعراض في الموقع يعتمد على الاستعراض الأفقي والرأسي في الصفحة الرئيسية، إلى جانب الاستعراض الأفقي في أغلب الصفحات الداخلية، كالصفحات التابعة لوصلة عن الجامعة والأبحاث وخريطة الجامعة وغيرها، أما صفحات الأخبار فتستعرض بطريقة رأسية، وكذلك بعض صفحات الكليات المتعددة وبعض الصفحات التابعة لرابط خدمات الطلاب وخدمات هيئة التدريس التي يغلب عليها هذا النوع من الاستعراض. وفيما يتعلق بمدة التحميل فهي تبلغ 4,66 ثانية، وهي مدة قصيرة جداً، وتعبر عن إمكانية سرعة التحميل للموقع. وفي جانب وضوح قائمة المحتويات، يتسم الموقع بوضوح عناصره وتراتبية محتوياته في معظم اجزائه، حيث تنتظم بشكل جيد عملية استعراض الروابط الفرعية أو الداخلية التي تحتويها والتي تتسق مع الرابط الرئيسي في طبيعة المضمون، مثل وصلة الأبحاث التي تشتمل على روابط فرعية للمعاهد والمراكز وكراسي البحث وبرنامج الحائزين على جائزة نوبل، وأيضاً وصلة إعلانات الجامعة التي تضم روابط إعادة هيكلة الجامعة والاقتراحات والشكاوى وتغريدات الجامعة وغيرها. ولا تنتظم بعض العناصر في جزئيات أخرى، على سبيل المثال يعرف الزائر بوجود عدة عمادات في الجامعة غير عمادة القبول والتسجيل وعمادة شؤون الطلبة من خلال التجول في الشريط السفلي بنهاية الموقع والذي يستعرض عمادة التطوير، وعمادة تطوير المهارات، كما تستعرض عمادة شؤون هيئة التدريس والموظفين ضمن قائمة الخدمات المقدمة للطلاب والهيئة التدريسية، أضف الى ذلك لا تنتظم الوحدات الإدارية والمراكز الخدمية وغيرها تحت عنوان رئيسي محدد يسهل الوصول إليها، وغيرها من الملاحظات. وعلى صعيد الصفحات الداخلية تنتظم في تقديم المعلومات المرتبطة بها بروابط فرعية. أما على صعيد اللغة المستخدمة في الموقع لا تجد الباحثة ما هو غير مألوف أو غير شائع من مفردات أو مصطلحات في كافة صفحات الموقع. بالإضافة الى توفر روابط التنقل بين العناوين الرئيسية وروابطها الفرعية في كل الموقع، مثل رابط الإعلام الإلكتروني الذي يقود الى روابط البوابة الإخبارية ورسالة الجامعة وغيرها، وروابط الكليات التي تقود الى تفصيلات أكثر عن كل كلية وتخصص بداخل هذه الكليات وغيرها. إلا

أن المأخذ على الموقع يكمن بعدم وجود رابط للرجوع الى الصفحة الرئيسية، وتعميمه على كافة الصفحات، مما يسهل على المستخدم الرجوع الى الصفحة الرئيسية في حاله التعمق في الصفحات الداخلية.

يوفر موقع جامعة البحرين رابط لخريطة الموقع في شريط الاستعراض السفلي ولكنه رابط ثابت غير مفعّل أي لا يقود الى صفحة تعرض محتويات معينة. وعلى الرغم من تواجد شريط الاستعراض السفلي بتكرار في العديد من الصفحات إلا أنه لا يعمل. ويستخدم الموقع الاستعراض الأفقي في الصفحة الرئيسية، أما الصفحات الداخلية فتستخدم الاستعراض الرأسي. وفيما يتعلق بمدة التحميل فهي تبلغ 7,98 ثانية، وعلى الرغم من سرعه تحميل الموقع، إلا أن التصفح بداخل الموقع والضغط على الروابط وظهورها وفتحها يتميز بالبطء وتستغرق فترة من الزمن. وفي جانب وضوح قائمة المحتويات، يمكن القول أن الموقع واضح في تقسيم مضامينه ويتصف الانتظام. على سبيل المثال في الصفحة الرئيسية يعرض عناوين للكليات والمكتبة والدوائر الإدارية والمراكز المتخصصة وعمادات مساندة وإصدارات الجامعة وغيرها، حيث تشتمل كل منها روابط فرعية لمضامين متعلقة بها. ولكن هذا الانتظام يختل في محتويات وعناصر الصفحة الرئيسية الباقية، حيث تتكرر بعض العناصر أكثر من مرة، مثلاً واجهة الموقع تستعرض أخبار مهمة للجامعة، وكذلك شريط الاستعراض الذي يليه يعرض أخبار أيضاً. كما يعرض شريط الاستعراض بمنصف الصفحة عنواناً مماثلاً، ويليه مجموعة أيقونات لإعلانات. ويمكن توحيد الأخبار تحت عنوان رئيسي واحد واستعراض كافة الأخبار والفعاليات في رابط واحد الأمر الذي يسهل عملية التصفح على المستخدم. وفي جانب وضوح اللغة المستخدمة في الموقع لم يلاحظ مفردات أو مصطلحات غير متعارف عليها سواء في الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية. بالإضافة الى توفر الروابط التشعبية أو الداخلية والتي تقود الى معلومات تفصيلية أكثر لكل صفحة أو لكل رابط رئيسي في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية.

يوفر موقع جامعة الإمارات خريطة توضح كيفية استعمال الموقع وأهم المحتويات التي يشملها وذلك وفق ترتيب أبجدي لمسميات العناصر. مما يسهل الوصول إلى كل عنصر. أيضاً يشتمل الموقع على خريطة لكيفية الوصول الى الجامعة وموقعها في المحيط الذي تتواجد فيه. ويعرض الموقع الصفحة الرئيسية بطريقة تجمع بين الاستعراض الرأسي والأفقي معاً، أما الصفحات الداخلية فتعتمد الاستعراض الرأسي. وفيما يتعلق بمدة التحميل فهي تبلغ 4,15 ثانية، وتعد أقصر مدة للتحميل، وتعكس سرعة الولوج الى الموقع. أما في جانب وضوح قائمة المحتويات، فيتضح من موقع جامعة الإمارات عدم وضوح توزيع المعلومات وتصنيفها، على سبيل المثال ضمن شريط الاستعراض الرئيسي بالواجهة على الجانب الأيسر يبدو توزيع المعلومات غير منطقي، حيث يتقدم رابط الفرص الدراسية ورابط الطلبة الحاليون على رابط نبذة عن الجامعة. أيضاً لا توجد وصلة رئيسية تقود الى المراكز

البحثية أو الوحدات الإدارية أو البوابة الإلكترونية وغيرها التي تحتويها الجامعة. ويمكن إيجاد هذه العناصر تحت مسمى الكليات والأقسام. أضف الى ذلك بروز بعض العناصر بشكل منفرد بدون مبرر مثل عمادة القبول والتسجيل، حيث أنها لا تندرج ضمن عنوان رئيسي للعمادات مثلاً، ورابط آخر هو رابط التسجيل للدراسات العليا، حيث ينفرد في الصفحة الرئيسية كرابط مستقل بذاته، على الرغم من وجود رابط رئيسي لعمادة الدراسات العليا على الصفحة ذاتها. وفي جانب آخر، تتوفر المعلومات الأخرى كالمعلومات الأكاديمية على موقع الجامعة مثل معلومات الكليات والأقسام بالجامعة، والبحث العلمي والدراسات العليا، والمعلومات المتعلقة بالطلاب والخريجين والوظائف وغيرها. ولا تجد الباحثة في الموقع أية مصطلحات غريبة أو غير مألوفة، بشكل عام تتسم اللغة المستخدمة والألفاظ بالوضوح وسرعه استيعابها بدون أية صعوبات. وبالنسبة لروابط التنقل للمحتويات، تشتمل الروابط على معلومات أكثر تفصيلاً، مثل الأخبار التي تقود وصلتها الى تفاصيل أكثر وأشمل عن الخبر أو الحدث، ووصلة شركاء الجامعة التي تقود الى تفصيلات عن الشراكة مع بعض المؤسسات الحكومية بدولة الإمارات مثل الشراكة مع وزارة التعليم، ومجلس أبو ظبي التعليمي وغيرها من المؤسسات، الى جانب عرض الشراكة مع بعض المنظمات العالمية. كما أن الوصلات الداخلية للصفحات هذه، تتوافر بها وصلات جانبية أخرى تعرض معلومات مكملة أو مرتبطة بموضوع الصفحة الداخلية، مثل صفحة الدراسات العليا التي تشتمل روابطها الداخلية على معلومات إضافية مثل معلومات عن كلية الدراسات العليا، والطلبة الدوليين الملتحقين ببرامج الماجستير والدكتوراه بالجامعة، والدرجات الأكاديمية وغيرها.

يوفر موقع جامعة قطر خريطة توضح محتويات الموقع ومضامينه وكيفية استخدامه، الى جانب خريطة توضح كيفية الوصول الى الحرم الجامعي ومرافقها وغيره. ويستعرض موقع جامعة قطر بطريقة أفقية في الصفحة الرئيسية، أما الصفحات الداخلية فتستعرض بطريقة رأسية. وفيما يتعلق بمدة التحميل فهي تبلغ 7,31 ثانية. وفي جانب وضوح قائمة المحتويات، يمكن القول أن الموقع واضح في تقسيم محتوياته وانتظام العناصر المشابهة تحت عنوان رئيسي واحد، مثل عنوان الحياة الجامعية الذي يندرج تحته عناوين الإسكان الجامعي والمواصلات وغيرها، وعنوان المصادر ويندرج تحته العلاقات الخارجية والمشتريات وغيرها. كما تندرج العناوين الفرعية تحت العناوين الرئيسية، ووجود قائمة عناوين فرعية داخل الصفحات الداخلية للإشارة الى معلومات أكثر وتزويد المستخدم بتفصيلات مرتبطة بالموضوع الذي نتحدث عنه الصفحة مما يسهل تصفح محتويات الموقع دون عناء في البحث عن المعلومات. كما لا تجد الباحثة مصطلحات أو مفردات غريبة غير مفهومة في الموقع سواء في الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية.

يتوفر بموقع جامعة الكويت خريطة توضح محتويات الموقع ومضامينه وكيفية استخدامه، ويستعرض موقع الجامعة بطريقة رأسية في الصفحة الرئيسية وأيضاً في الصفحات الداخلية. ويستغرق تحميل الموقع 34,64 ثانية، وهي مدة طويلة نسبياً، تعد الأطول من بين المواقع الأخرى. وفي جانب وضوح قائمة المحتويات وتراتبية العناصر، يمكن القول أن الموقع يتضمن عناصر واضحة التقسيم تسهل على المستخدم الحصول على المعلومات، مثل نبذة عن الجامعة وتشتمل على روابط للخطة الإستراتيجية وإحصائيات قطاع التخطيط وغيرها من العناصر، وروابط الكليات الذي يقود الى مختلف كليات الجامعة، وروابط الإدارات الخدمية التي تقود الى إدارة المشتريات وصندوق الضمان الاجتماعي للعاملين وغيرها. ولكن تحتاج عناصر أخرى الى ضبط أجزائها بشكل أكبر، حيث لا تنتظم عناصر أخرى كثيرة في الموقع بطريقة جيدة ومتسلسلة، فبعض العناصر منفصلة كلياً، ويمكن إدماجها في عنصر أو وصلة واحدة مشابهة، مثل دمج عنصر إدارة الجامعة مع عنصر نبذة عن الجامعة وروابطها الفرعية، ودمج كافة الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر الموقع كالبريد الإلكتروني والتسجيل الإلكتروني ونظام التسجيل والتعليم الإلكتروني تحت عنوان رئيسي واحد، أضف الى ذلك توفر العديد من الصفحات الداخلية صفحة تعريفية بها مطولة على الصفحة الرئيسية، ثم وصلة تقود الى الصفحة المنفصلة المشتملة على كافة المعلومات، كان بالإمكان اقتصارها على صفحاتها الجانبية مباشرة، وغيرها من الإختلال.

لا يوجد في الموقع مصطلحات أو مفردات غريبة غير مفهومة سواء في الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية، الى جانب توفر الروابط الداخلية التي تقود الى معلومات تفصيلية أكثر، مثل صفحة الالتحاق بالجامعة وتتضمن روابط لدليل قواعد القبول والتحويل ونتائج اختبارات القدرات الأكاديمية وغيرها من العناصر، وصفحة صحائف التخرج التي تتضمن روابط لمتطلبات التخرج لكافة الكليات، وغيرها من الصفحات. مما سبق يمكن استنتاج ما يأتي:

1. يعد توافر خريطة للمواقع الإلكترونية توضح أهم المحتويات للمضامين التي يشتملها الموقع من العناصر التي تسهل عملية التصفح. ويلاحظ احتواء بعضها على خرائط، وانتهاء تواجدها في مواقع أخرى. فمواقع جامعات السلطان قابوس والإمارات وقطر والكويت توفر خرائط تفصيلية لمحتوياتها، بينما لا تتوفر في مواقع جامعة البحرين والملك سعود. كما يلاحظ أن مواقع جامعات الإمارات والملك سعود وقطر والكويت توفر نوع آخر من الخرائط وهي خرائط جغرافية تصف الموقع الجغرافي الذي تقع فيه هذه الجامعات، وكيفية الوصول إليها، الى جانب خرائط الجولة الافتراضية لموقع جامعة الملك سعود.

2. تعد طريقة الاستعراض الأفقية أكثر إرهاقا لمستخدم الموقع من الاستعراض الرأسي، حيث أنها تتطلب تحريك محرك الاستعراض السفلي يميناً ويساراً الى جانب تحريك الشريط الجانبي أعلى وأسفل، بينما في الاستعراض الرأسي تتطلب تحريك الشريط أعلى وأسفل فقط وهو أسهل للمستخدم، وأقل إرهاقاً للعين. وتتفاوت المواقع الستة فيما بينها في اعتماد طريقة الاستعراض، فمواقع جامعات قطر والبحرين والسلطان قابوس تعتمد على الاستعراض الأفقي في الصفحة الرئيسية، والاستعراض الرأسي في الصفحات الداخلية. كما أن مواقع جامعات الملك سعود والإمارات تعتمدان الاستعراض الذي يجمع بين الأفقي والرأسي في الصفحة الرئيسية، أما على صعيد الصفحات الداخلية فيعتمد الأول الاستعراض الأفقي، بينما يعتمد الثاني الاستعراض الرأسي، ويتفرد موقع جامعة الكويت باعتماد الاستعراض الرأسي في كافة الصفحات.

3. تتفاوت مواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بمدة التحميل التي تعكس وجهاً آخر لسهولة التصفح للمواقع الإلكترونية. فمدة التحميل لموقعي جامعة الملك سعود وجامعة الإمارات تبلغ حوالي 4 ثوان، وهما الأسرع من بين المواقع الأخرى. بينما تبلغ حوالي 7 ثوان لكلاً من موقعي جامعة قطر وجامعة البحرين، وهي مدة بسيطة أيضاً وسريعة. وتبلغ قرابة 9 ثوان لتحميل موقع جامعة السلطان قابوس. في حين أن موقع جامعة الكويت يتطلب قرابة 34 ثانية ليتحمل.

4. يعد وضوح قائمة المحتويات للمواقع الإلكترونية، وتراتبية العناصر وانتظامها، من أبرز العناصر التي تستوجب الاهتمام والعناية، حيث أن وضوح العناصر بشكل منطقي يسهل في تزويد المستخدم أو الزائر بالمعلومات في وقت وجيز. وتتسم مواقع جامعات السلطان قابوس والبحرين بوضوح لتقسيم عناصر الموقع، بينما تتصف في مواقع جامعات الملك سعود وقطر والكويت بوضوح عام نسبي لمضامينها. ويختل هذا الانتظام والتسلسل في عرض المعلومات في موقع جامعة الإمارات. وترى الباحثة أن موقع جامعة الإمارات يعكس هذا الخلل بشكل كبير، حيث أن بعض العناصر المهمة والمكونة لمجتمع الجامعات لا يظهر إطلاقاً في الصفحة الرئيسية، كالمراكز البحثية والخدمية والدوائر الإدارية والعمادات وغيرها. الى جانب الخلل في العناصر الأخرى كعدم انتظام العناصر المتشابهة تحت عنوان رئيسي واحد، وتكرار بعض المضامين في وصلات وعناوين مختلفة.

5. تتسم جميع المواقع بوضوح الألفاظ والمصطلحات والمفاهيم، ولا يلحظ استخدام ما هو غير مألوف أو غير متعارف عليه من الألفاظ، مما يعكس نوع من سهولة التصفح، الى جانب توفر روابط التنقل التشعبية سواء للصفحة الرئيسية التي تقود الى وصلات داخلية، أو الصفحات الداخلية وما تتضمنه من وصلات داخلية أيضاً لمزيد من المعلومات المتعلقة بها لكافة المواقع.

6. تلاحظ الباحثة أيضاً أن ما يشكل صعوبة في سهولة التجول في المواقع هو عدم توفر أيقونة للرجوع الى الصفحة الرئيسية، مثل موقع جامعة الملك سعود. أما المواقع الأخرى فتوفر أيقونات للصفحة الرئيسية، ولكن تتفاوت بينها في إمكانية الرجوع للصفحة الرئيسية بشكل مباشر في حالة التعمق في الصفحات الداخلية، مثل مواقع جامعة السلطان قابوس وجامعة الإمارات، بينما تتوفر هذه الأيقونة بوضوح في معظم الصفحات في بقية مواقع العينة (قطر والإمارات والبحرين).

4- الاتساق

يتضمن موقع جامعة السلطان قابوس على شعار واسم الجامعة في الجانب الأيمن العلوي، ويظهر أسفله شريط استعراض أفقي ممتد من بداية الصفحة لنهايتها، يتضمن الروابط الرئيسية عن الجامعة والكليات والبرامج الدراسية وغيرها وتنتهي بالبحوث والمطبوعات. ثم واجهة الموقع الرئيسية التي تستعرض صور متحركة للجامعة باستمرار. تتبعها أربع مساحات بشكل متجاور أفقي، الأولى تتضمن أيقونات لخطاب السلطان قابوس وكلمة الرئيس والرؤية والرسالة وغيرها وهي تتضمن صورة ثابتة، ومساحة لروابط البوابة الإلكترونية والبريد الإلكتروني ومستشفى الجامعة وغيرها، ثم رابط لأخبار وفعاليات الجامعة، وأخيراً مساحة للإعلانات. وفي نهاية الصفحة تتوفر مساحة صغيرة لروابط متعددة كعمان الجميلة والحياة الجامعية واتصل بنا وغيرها. يلاحظ تشابه بعض الصفحات الداخلية مع الصفحة الرئيسية في التصميم ومواضع الشعارات والروابط المستخدمة مثل كافة الصفحات التابعة لرابط عن الجامعة، وصفحات دائرة شؤون الموظفين ودائرة الشؤون المالية ودائرة الصيانة ومطبعة الجامعة وصفحة بحوث ومطبوعات وغيرها. ويلاحظ تشابه بعض الصفحات في التصميم العام مع الصفحة الرئيسية ولكن باختلاف بسيط ومن أمثلتها صفحة مركز الدراسات العمانية، حيث يظهر الشعار على الجانب الأيسر العلوي، وتظهر الروابط على الجانب الأيمن، وكذلك الأمر في صفحات أخرى مثل صفحة مركز الاستشعار عن بعد وصفحة كلية الطب والعلوم الصحية. وفي الوقت نفسه تنفرد بعض الصفحات الداخلية مع صفحات أخرى بتصميم خاص بها عن بقية الصفحات، منها على سبيل المثال صفحات دائرة العلاقات العامة والإعلام وعمادة شؤون الطلاب ودائرة المشتريات التي تتماثل مع بعضها. كما تظهر بعض الصفحات في تطابق تام مثل صفحة عمادة الدراسات العليا وصفحة البحث العلمي، مع فارق بسيط لا يكاد يذكر في حجم الخط وربما يعود ذلك الى الترابط الوثيق بين الدراسات العليا والبحث العلمي في طبيعة النشاط العلمي الذي تقومون به، والإشراف الذي يخضعان له. وبشكل عام يمكن القول تختلف معظم الصفحات الداخلية للموقع في التصميم عن الصفحة الرئيسية. ومن ناحية الخطوط، يستخدم الخط Helvetica بحجم 11 في الصفحة الرئيسية للموقع باللغة العربية، إلا أن الصفحات الداخلية تختلف في الخط المستخدم وحجمه، على

سبيل المثال في صفحة عمادة الدراسات العليا يستخدم الخط Arial بحجم 11.5، وفي صفحة المكتبة الرئيسية الخط المستخدم هو Segoe UI بحجم 13. أما الخط المستخدم في الموقع باللغة الإنجليزية في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية فهو أيضا Helvetica ونفس الحجم أيضا 11، لكن الصفحة الرئيسية تشتمل على استخدام لخط آخر في الصفحة ذاتها في كتابة الأخبار وهو خط Verdana بحجم 10,5، مما يعكس نوع من عدم الاتساق بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية في كل من الخط والحجم.

يتضمن التصميم العام لموقع جامعة الملك سعود على شعار للجامعة واسمها على الجانب الأيمن العلوي للصفحة الرئيسية، وشريط استعراض موازي له يضم إدارة الجامعة والطلاب وهيئة التدريس وخدمات إلكترونية وأخبار، وشريط استعراض أفقي أسفل الشعار مباشرة يضم روابط عن الجامعة والكليات والأبحاث الخ، تليها الواجهة الرئيسية للموقع وهي تستحوذ على مساحة كبيرة نسبيا، تستعرض ثلاث صور متحركة لمرافق الجامعة ومناظرها، مع معلومات مرافقة. ثم يتبع ذلك بشكل أفقي أخبار الجامعة، يليها مساحة للفعاليات، وتتبعها مساحة أخرى لإعلانات، ثم استطلاع للرأي، وبعدها مساحة كبيرة للخدمات المقدمة للطلاب والهيئة الأكاديمية، ثم شريط استعراض لروابط متحركة لمجموعة من الخدمات والمراكز والإعلانات، وأخيرا، المساحة السفلية التي أيضا تمتد لمسافة وتتضمن بعض الروابط للدعم الفني واتصل بنا وصفحات التواصل الاجتماعي للجامعة وغيرها من المعلومات. وهنا تتوحد صفحات داخلية كثيرة في موقع جامعة الملك سعود مع الصفحة الرئيسية في التصميم، وتختلف صفحات أخرى عنها بتصميم منفرد. ومن أمثلة الصفحات المتماثلة مع الصفحة الرئيسية الصفحات الداخلية لكل من الروابط عن الجامعة والأبحاث والإعلام الإلكتروني وخريطة الجامعة وغيرها. أما نماذج الصفحات المختلفة فهي بعض صفحات الكليات ككلية المجتمع بالرياض وصفحة الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع وغيرها، أيضا بعض الصفحات المدرجة ضمن قائمة خدمات الطلاب وخدمات هيئة التدريس مثل صفحة معهد اللغة العربية والشراكة الطلابية ومنتشئ النماذج وغيرها. وهو ما يعكس نوع من عدم الاتساق في التصميم والمظهر الموحد بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية. وعلى صعيد الخطوط يستخدم الموقع أكثر من خط في الصفحة الرئيسية، على سبيل المثال الخط المستخدم في أغلب الصفحة العربية هو Arial (Body CS) بحجم 14 للمتن. وخط Times New Roman في شريط الاستعراض المحاذي لشعار واسم الجامعة، وكذلك في شريط الاستعراض السفلي بحجم يتراوح بين 11-12. أما على صعيد الصفحات الداخلية فتختلف فيما بينها، فمنها ما يتفق مع الصفحة الرئيسية في الخط المستخدم مثل صفحة رسالة الجامعة وصفحة أوقاف الجامعة وصفحات الأخبار وغيرها. أما الصفحات التي تنتوع في الخط السائد فيها، فمن أمثلتها، صفحة مدار مشروع النظام المالي والإداري، يستخدم خط Arabic Transparent بحجم 14

للمتن و 17 للعناوين، وأيضا صفحة تغريدات الجامعة تستخدم خط Tahoma بحجم 9، وغيرها من الصفحات. وعلى صعيد الخط في صفحة الموقع باللغة الإنجليزية، فيستخدم Droid Arabic Kufi بحجم 11 للعناوين الرئيسية، وخط Calibri Body بحجم 11 للمتن، وأيضا يستخدم خط آخر هو Open Sans وأيضا Droid Arabic Naskh في شريط الاستعراض السفلي على نفس الصفحة الرئيسية. وفي الصفحات الداخلية يستخدم خط Open Sans مثلا على صفحة مجلة الأبحاث العلمية العالمية، وخط Tahoma في صفحة السنة التأسيسية وغيرها من الصفحات التي تختلف في الخطوط السائدة فيها. وهنا يمكن القول أن موقع جامعة الملك سعود يتسق جزئياً في بعض أجزائه وقطاعاته من ناحية التصميم والشكل العام والخطوط، ولا يتسق في صفحات أخرى.

يتضمن التصميم العام لموقع جامعة البحرين تواجد شعار واسم الجامعة على الجانب الأيمن، أسفله شريط استعراض أفقي لمجموعة عديدة من روابط عناصر وقطاعات الجامعة مثل عن الجامعة والطلبة وأعضاء هيئة التدريس والموظفون والكليات الخ. يليها وبشكل أفقي، واجهة الموقع التي تستعرض أخبار مع صور متحركة، ثم رابط لجديد الجامعة، ثم وصلة أخرى لأخبار الجامعة، يليها ثلاث أيقونات مختلفة لإعلانات، وبعدها شريط استعراض جانبي على يسار الصفحة يتضمن تقويم الجامعة وروابط سريعة، ورابط للاحتفال بالملكة بالعيد الوطني. وأخيراً، شريط استعراض سفلي أسود اللون يتضمن معلومات بسيطة كصفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي وحقوق الصفحة. يتميز الموقع باتساق وتوحد الصفحات الداخلية مع الصفحة الرئيسية في الشكل العام للتصميم. ما عدا صفحة كلية البحرين للمعلمين، التي تتفرد بتصميم مختلف كلياً عن بقية الموقع. أما على صعيد الخط المستخدم في الموقع باللغة العربية، فيتوحد الموقع في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية باستخدام خط Arial (Body) بحجم 11 للمتن، و 14 للعناوين. ويغلب استخدام خط Calibri (Body) في الصفحة الرئيسية للموقع باللغة الإنجليزية، ولكن يستخدم خط آخر في نفس الصفحة وهو Times New Roman بحجم 12 للمتن في صفحة أخبار الجامعة، أما في الصفحات الداخلية فيغلب عليها استخدام خط Calibri (Body)، بحجم 10، مع استخدام بعض الصفحات الأخرى لخط آخر، مثل صفحة مجلس أمناء الجامعة و صفحة الخدمات التي تستخدم خط Arial. مما يعكس نوع من عدم الاتساق، ولكن بشكل عام يبدو موقع جامعة البحرين الأكثر اتساقاً من بين المواقع الأخرى في التصميم والخط المستخدم.

يبدأ موقع جامعة الإمارات بتوصيف وعرض روابط متعددة بشكل أفقي مثل الفرص الدراسية والطلبة الحاليون والمكتبات والدليل والأخبار والفعاليات وغيرها، ثم يظهر شعار جامعة الإمارات واسمها على الجانب الأيمن العلوي، وكلمة UAEU على الجانب الأيسر بنفس السطر. يليها واجهة الموقع الرئيسية التي تتضمن مجموعة صور

متحركة لأخبار، وعلى يمينها مجموعة من الروابط مثل الوظائف الشاغرة وعن الجامعة وروابط البحوث والدراسات العليا وغيرها. ثم على يسار الصفحة وبمساحة كبيرة تظهر ثلاث أيقونات للأخبار والأحداث والفيديو، وفي الجانب الأيمن بعض الروابط المتعددة بشكل رأسي للتسجيل للدراسات العليا وعمادة القبول ومبادرة أبشر وصور حفل التخرج وغيرها. وأخيراً، شريط الاستعراض السفلي الذي يتضمن صفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي، ومعلومات للتواصل مع الجامعة كالأرقام الهاتفية والبريد الإلكتروني وغيره. يتسم موقع جامعة الإمارات بالوحدة في تقديم جميع الصفحات الداخلية بنفس عناصر التصميم مع الصفحة الرئيسية، مثال عليها صفحة الطلاب الحاليين وصفحة عن الجامعة وصفحة الفرص الدراسية وغيرها، حيث أن تصميم الصفحات ينطبق تماماً مع تصميم الصفحة الرئيسية باحتوائهن على نفس الروابط وأشرطة الاستعراض الرئيسية وأحجامها، ووجود مساحة بيضاء بأعلى الصفحة وأسفل الصفحة تحتوي على نفس العناصر في جميع الصفحات مثل اتصل بنا، والتقديم والدليل وغيره في الجانب العلوي، وسياسة الخصوصية وآخر تحديث، وروابط صفحات الشبكات الاجتماعية للجامعة وغيره في آخر الصفحة. إلى جانب ذلك يتوحد الموقع في الخط المستخدم وهو خط Tahoma بنسختي الموقع باللغة العربية والإنجليزية في جميع الصفحات الداخلية والصفحة الرئيسية، ويتراوح حجم الخط بين 10 الى 12 سنتيمتر للمتن، وحجم أكبر للعناوين بطبيعة الحال يصل تقريباً الى 20 سنتيمتر.

يظهر في بداية موقع جامعة قطر شريطي استعراض، الأول يضم كلاً من رابط الصفحة الموقع باللغة الإنجليزية، ومحرك البحث، وروابط سريعة، والثاني، يشتمل على روابط عن الجامعة والقبول والكليات والشؤون الأكاديمية وغيرها. وبمحاذاة هذين الرابطين يتواجد شعار جامعة قطر واسمها على الجانب الأيسر العلوي للصفحة الرئيسية، وشريط استعراض في نهاية الصفحة. ثم تستعرض مساحة كبيرة لمواجهة الموقع وهي تستعرض بعض الأخبار المهمة للجامعة والأبرز مدعمة بالصور. ثم تتوزع المحتويات الأخرى بشكل أفقي، من اليمين رابط لحقائق وأرقام، ثم الإعلانات، يليها مجموعة روابط لكل من الطلبة والمصادر والمكاتب والمواد الإعلامية، وتندرج كل منها عناصر فرعية. ثم أسفل منها رابط للخريج المتميز المدعم بالصور، وإلى جانبها مساحة مصورة لصفحات الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي. وعلى الجانب الأيسر للصفحة الرئيسية تظهر وصلة الفيديوهات ثم الفعاليات ثم الأخبار، ويلها مساحة لمجموعة من الإعلانات التي تستعرض تباعاً. وأخيراً، المساحة في نهاية الموقع تتضمن بعض الروابط كالوظائف والبوابة الإلكترونية والبريد الجامعي وغيره. إلى جانب وصلة اتصل بنا، ومعلومات لمركز الاتصال الطلابي. وتتوحد العديد من الصفحات الداخلية في موقع جامعة قطر مع الصفحة الرئيسية في التصميم، وتختلف صفحات أخرى عنها بتصميم مختلف. ومن أمثلة الصفحات المتشابه جميع الصفحات التي تنتظم تحت رابط

عن الجامعة، مثل النبذة التاريخية والرؤية والرسالة وغيرها، وجميع الصفحات المندرجة عن رابط القبول مثل القبول في البكالوريوس والقبول في الدراسات العليا، وغيرها. ومن نماذج الصفحات المختلفة صفحة مركز الدراسات البيئية، و صفحة مركز المواد المتقدمة و صفحة مكتب البحث العلمي وغيرها. أما الخطوط المستخدمة في الموقع، فخط Arial هو السائد في الصفحة الرئيسية باللغة العربية والصفحات الداخلية أيضاً، وبحجم 13 للمتن، و 20 للعناوين، كذلك الخط المستخدم في الموقع باللغة الإنجليزية على الصفحة الرئيسية فهو أيضاً Arial بحجم 11 للمتن، و 18 للعناوين، وأيضاً يستخدم نفس الخط في الصفحات الداخلية. بشكل عام يمكن القول أن موقع جامعة قطر يتصف بالاتساق في كثير من أجزائه.

وفي موقع جامعة الكويت، يتواجد شعار الجامعة واسمها على الزاوية اليمنى العلوية للصفحة الرئيسية، وشريطي استعراض رئيسيين على يمين ويسار الصفحة، شريط الاستعراض الأيمن يستعرض روابط لخدمات طلابية وأعضاء هيئة التدريس/موظفين ووظائف شاغرة بجامعة الكويت وتقويم الجامعة وأيقونة أخيرة لخلاصات الأخبار RSS. وشريط استعراض أيسر يتضمن روابط خدمات إضافية والالتحاق بالجامعة وروابط الانتخابات الطلابية ومواقع الكليات والجامعة في الصحافة وتحميل الملفات. ثم مساحتين إعلانيتين منفصلتين. وفي منتصف الصفحة العلوي تتضمن شريط استعراض يضم نبذة عن الجامعة والكليات وإدارات خدمية وغيرها، وتليها الواجهة الرئيسية للموقع وتستعرض صور متتابعة ومتحركة للجامعة وبعض أحداثها، وتليها رابط للأخبار والأحداث. وتتوحد بعض الصفحات الداخلية في موقع جامعة الكويت مع الصفحة الرئيسية في التصميم، وتختلف صفحات أخرى عنها بتصميم مختلف ومن أمثلة الصفحات الداخلية المتشابه مع الصفحة الرئيسية في الشكل العام صفحات إدارة الخدمات العامة ومركز التعليم عن بعد وكلية الصيدلة وكلية البنات وغيرها. أما الصفحات المختلفة فمن أمثلتها صفحة البعثات وميثاق العمل الجامعي التي تتوفر كصفحة PDF، و صفحة الأبحاث و صفحة نظام التسجيل و صفحات الكليات وغيرها.

وفي جانب اتساق الخطوط المستخدمة في الموقع، فالخط Arial بحجم 13 للمتن هو السائد على الصفحة الرئيسية، إلا أن هناك خط آخر مستخدم أيضاً وهو Simplified Arabic بحجم 11 للمتن في أيقونة أخبار وأحداث. وعلى صعيد الصفحات الداخلية فتنباين فيما بينها، فصفحتي عمادة القبول والتسجيل ونبذة عن الجامعة تستخدمان خط Traditional Arabic بحجم 17 للمتن، كما تعتمد صفحات كثيرة خط Arial وخط Body CS بحجم 11 للمتن، كصفحة الرؤية التابعة للخطة الإستراتيجية و صفحة كلية الهندسة والبتترول و صفحة العلاقات العامة و صفحة إدارة المشتريات وغيرها العديد. أما الصفحات الداخلية فتنباين فيما بينها، على سبيل المثال صفحة المكتبات

وصفحة مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر تستخدمان خط Calibri Body بحجم 11 للمتن، وتعتمد صفحة الطلبة غير المقيدین وصفحة رئيس الجامعة وصفحة كلية الطب خط Verdana بحجم 11 وخط (Calibri Body) بحجم 11 في صفحة تقديم طلبات الالتحاق إلكترونياً، وغيرها. وهذا التنوع في التصميم والخطوط المعتمدة في الموقع يعكس جانب من عدم الاتساق بين صفحات الموقع.

وبوضح العرض السابق ما يلي:

1. يعد الاتساق من أبرز العناصر التي يعد تحقيقها ضرورة بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية لأي موقع، لإعطاء الموقع هوية واحدة في مختلف صفحاته، وسهولة تمييزه في حالة فتح صفحة داخلية بشكل منفرد عن الموقع. في عينة الدراسة هذه يظهر موقع جامعة الإمارات وجامعة البحرين كموقعين يتسمان بالوحدة للصفحات الداخلية واشتمالها على نفس عناصر التصميم للصفحة الرئيسية مما يعطيها هوية موحدة. أما المواقع الأخرى فتتباين فيما بينها في درجة الاتساق، فهي تتسق في بعض الصفحات، وتختلف في صفحات أخرى.

2. تتسم المواقع الستة باستخدام خطوط معروفة ومدعومة من قبل أجهزة الحاسوب الآلي، وتتميز بوضوحها، ولا تشكل صعوبة في قراءتها. إلا أن التباين بينها يظهر في اختلاف الخطوط المستخدمة في الصفحة الرئيسية، واختلاف بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية. فموقع جامعة الإمارات وجامعة قطر تتميزان بتوحيد الخط المستخدم في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، وكذلك الأمر في توحيد الخط المستخدم في كلا الموقعين باللغة العربية واللغة الإنجليزية. أما موقع جامعة الملك سعود وجامعة الكويت فتعتمدان أكثر من خط في الصفحة الرئيسية ذاتها، إلى جانب اختلاف الخطوط المستخدمة بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، والخطوط المعتمدة في نسخة الموقع باللغة الإنجليزية. في حين أن موقع جامعة السلطان قابوس يعتمد نفس الخطوط في الصفحة الرئيسية للموقع باللغة العربية، تختلف الخطوط في الصفحات الداخلية، والعكس صحيح في نسخة الموقع باللغة الإنجليزية. أما موقع جامعة البحرين فيعتمد نفس الخطوط في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية للموقع باللغة العربية، ولكن تتعدد الخطوط في الصفحة الرئيسية للموقع بالنسخة الإنجليزية، وتتوحد في الصفحات الداخلية.

5- التنوع

مع اختلاف موقع جامعة السلطان قابوس في جزئية الاتساق بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، يتضح التنوع في شريط الاستعراض السفلي على الجانب الأيسر للصفحة الرئيسية للموقع، حيث يستعرض الأحداث المتجددة للجامعة مثل الإعلان عن منتدى جامعة السلطان قابوس لضبط الجودة، والذي تم استحدثه قريباً بالإضافة

إلى إعلانات أخرى، والتي توجد في أكثر من مكان على الموقع مثل تواجدها على إحدى الصفحات الداخلية، بالإضافة إلى الإعلان عن خدمة التنقل الداخلي وغيرها، والتي تقود عند الضغط عليها إلى روابط منفصلة لتفاصيل أكثر عن الموضوع أو الإعلان. التنوع في المضمون أيضاً يوجد على الصفحة الرئيسية بعرض مقتبسات من خطابات السلطان قابوس، وفي الصفحة الداخلية لدائرة العلاقات العامة والإعلام يظهر استفتاء للآراء حول ما تقدمه الصحافة الجامعية من مواضيع في مختلف نشراتها. أيضاً يتوافر في نفس الصفحة مقاطع صوتية لبرنامج أنوار الذي تبثه الدائرة بالتعاون مع إذاعة سلطنة عمان كل يوم اثنين. أضف إلى ذلك توفر المطبوعات الإعلامية للجامعة كالمسار وهورايون والباحث والحدث التي تشتمل على مجموعة من الأخبار والتحقيقات والمقابلات والتقارير، إلى جانب توفر المجلات والنشرات العلمية التي تتضمن بدورها على مقالات وبحوث علمية، أيضاً الإصدارات المرئية (الوسائط المتعددة) بصفحة عمادة البحث العلمي التي توفر مقاطع مرئية لأنشطة العمادة. كما يتوفر التقرير السنوي لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية. ويتم تصميم الموقع بالثبات منذ فترة طويلة، ولا توجد مساحات تمت إضافتها للتغيير في المحتوى أو التصميم وعرض المستجدات من خلالها، ما عدا ما تم ذكره آنفاً في شريط الاستعراض السفلي الذي يتكفل بعرض المستجد من الأحداث أو المبادرات في الجامعة.

يتميز موقع جامعة الملك سعود بالتنوع في أساليبه وقوالبه، ويتمثل ذلك في ثراء الموقع بالأخبار في الصفحة الرئيسية، أيضاً يستعرض الفعاليات والإعلانات في الصفحة ذاتها. يتبع ذلك استطلاع للرأي حول مواضيع متعددة. كما تشتمل معظم الصفحات الداخلية على الأخبار الخاصة بها واستعراض الفعاليات، كصفحات الكليات والمراكز والمعاهد. وتضم بعض الصفحات على وسائل وأساليب خاصة بها، مثل صفحات كلية الصيدلة وكلية الأمير سلطان للخدمات الطبية الطارئة التي تتضمن وسائط متعددة للتعريف بالكلية، واستطلاعات للرأي، وتوثق بعض الصفحات ما تنشره بأرشيف خاص، وما تتضمنه غالباً من أخبار وفي بعض الأحيان مقالات وتحقيقات ولقاءات، مثل صفحات معهد اللغة العربية، وصفحة مركز أقسام العلوم والدراسات الطبية وصفحة معهد الملك عبدالله للبحوث والدراسات الاستشارية وغيرها. أضف إلى ذلك توفر بعض الوسائل التي يتفرد الموقع بها عن غيره والتي تتيح عرض مشاركات وآراء ومقترحات من قبل الطلبة المنتسبين للجامعة وأعضاء هيئة التدريس، من نماذجها الملفات المتعددة الوسائط كالتقرير الأسبوعي، والبت المباشر الذي يعرض الفعاليات المقامة في الجامعة أثناء حدوثها، وأيضاً منتديات الحوار والمدونات إلى جانب عرض تقارير للأعلام البارزين الذين زاروا الجامعة. والجديد الذي أستحدثه الموقع هو الخريطة الثلاثية الأبعاد للجامعة والجولة الافتراضية وغيرها.

التنوع في موقع جامعة البحرين يظهر في وجود الأخبار المتعددة عن الجامعة، ووجود الإعلانات على الصفحة الرئيسية، أيضا الأرشيف الذي يعرض ملفات الأخبار والإعلانات السابقة للجامعة، وتتضمن بعض الصفحات الداخلية على استعراض للأخبار وأرشيف للأخبار مثل صفحة التعليم التطبيقي وصفحة كلية الهندسة وكلية العلوم وغيرها. بالإضافة الى دليل الإصدارات الذي ينشر العديد من الإصدارات التي تحتوي في مضمونها على مجموعة من الأخبار والمقالات والبحوث العلمية، مثل المجلة العربية للمحاسبة ومجلة العلوم التربوية والنفسية وآفاق الجامعة وغيرها. كما يستعرض الموقع لألبوم صور للفعاليات في قائمة الخريجين. ولا يشمل الموقع أي إضافة في هذا المجال كالوسائط المتعددة ومقاطع الفيديو وغيره من الأساليب والقوالب.

يظهر التنوع في محتوى موقع جامعة الإمارات من خلال وجود أساليب وقوالب محددة، وهي الأخبار والأحداث ومواد الوسائط المتعددة التي تقدم محتوى الموقع بأساليب متنوعة، في الصفحة الرئيسية. تتضمن كذلك معظم الصفحات الداخلية لأخبار خاصة بها مثل صفحات الكليات وصفحة الفرص الدراسية وغيرها. وتتضمن صفحة كلية القانون لمجلة تصدر كل ثلاثة أشهر تتضمن مجموعة من المقالات والبحوث. وأيضاً صفحة كلية الطب تتضمن نشرات إخبارية بها ولا توجد قوالب أخرى كالمقالات والتحقيقات وغيرها من الفنون الصحفية. أما التنوع على المستوى الجرافيكي فيظهر من خلال إضافة الأخبار والصور الجديدة مثل الصور الجرافيكية المتحركة لحفل التخرج للدفعة الـ 32 للعام الدراسي 2012-2013، وينطبق هذا أيضا على الصفحات الداخلية ولا تلاحظ الباحثة في الموقع ما يشير الى تنوع آخر خلال مدة الدراسة هذه.

أما موقع جامعة قطر، فيظهر التنوع في الصفحة الرئيسية من خلال عرض الفعاليات والأحداث في الجامعة في الواجهة الرئيسية للموقع، الى جانب توفر الأخبار والإعلام بالفعاليات في شريط الاستعراض في الجانب الأيسر لروابط الأخبار والفعاليات والإعلانات على التوالي، والتي تختص بعرض المستجدات والأحداث القادمة وغيرها. وتتوفر غرفة للأخبار تستعرض أحدثها والمستجد منها مدعمة بالصور. أيضا يمكن متابعة الإصدارات التي تنشرها الجامعة والتي بدورها تعكس تنوع في محتوى الموقع، ومنها الحياة اليومية وهي نشرة يومية تتضمن أخبار الجامعة اليومية، ونشرة الكترونية Campos Life التي تصدر اسبوعياً، ونشرة الحرم الجامعي التي تعنى بأخبار الجامعة أيضا واستعراض إنجازاتها، ونشرة تواصل وهي فصلية تتناول قضايا مشروع تطوير جامعة قطر، كما يتفرد الموقع باستعراض المؤتمرات الصحفية التي أقامتها الجامعة، ومجلة الفيديو للجامعة، والتي تستعرض الأخبار على شكل مادة فيلمية (وسائط متعددة). الى جانب راديو شؤون تعليمية والذي يناقش قضايا تعليمية في صورة حلقات إذاعية مؤرشفة. وتتضمن بعض الصفحات الداخلية أخبار خاصة بها مثل صفحات الكليات، وصفحة الجمعية العلمية

للمحاسبة. أضيف الى ذلك توفر إصدارات خاصة بها كمجلة باسم أخبار المحاسبة. وفي صفحة أخرى وهي البرامج الأكاديمية تستعرض صفحة لنشرة الطلاب تتضمن أخبار الطلاب ومقالات رأي وتقارير وحوارات. ويستعرض الموقع اليوم صور لأهم الأحداث بالجامعة مثل يوم الجامعة، والقرية الثقافية وغيرها.

يتمثل التنوع في موقع جامعة الكويت في استعراض الأخبار في أيقونة أخبار وأحداث بمنصف الصفحة، أيضا توفر المواد الصحفية التي كتبت عن الجامعة في الصحافة في رابط الجامعة في الصحافة في شريط الاستعراض الأيسر، ويتميز الموقع باستعراض مجموعة لقاءات وحوارات مع مسؤولين بالجامعة، حيث أن هذه اللقاءات أجراها الموقع بنفسه مع العديد من المسؤولين في الجامعة، أي أنها لا تتبع لنشرة أو إصدار تصدره الجامعة. كما تتوفر مكتبة للصور التي توثق للفعاليات والأحداث بالجامعة في نهاية الصفحة الرئيسية. الى جانب المساحتين الإعلانيتين في نهاية شريط الاستعراض الأيسر. أيضا تغطية لأخبار الانتخابات الطلابية بالجامعة التي تنفرد بها جامعة الكويت. أضيف الى ذلك توفر الأخبار ببعض الصفحات الداخلية مثل صفحة كلية الحقوق وكلية الآداب وصفحة كلية العلوم وصفحة عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر وغيرها من الصفحات. كما تتضمن صفحة كلية العلوم الإدارية على وصلة للأخبار بالترتيب التاريخي لها، وتوثيق لمنشورات الكلية منها الكتاب السنوي وكتاب نجاحات الذي يستعرض أيضا على شكل مادة فيلمية مصورة ونشرة إدارية، وغيرها. كذلك جريدة آفاق الأسبوعية التي تضم مجموعة من الأخبار المدعمة بالصور والمقالات. ولا توجد أساليب وقوالب أخرى تشير الى تنوع أكثر في الموقع. واستنادا للعرض السابق يمكن استخلاص ما يأتي:

1. يعد التنوع في محتوى المواقع الإلكترونية ضرورة لكسر حاجز الرتابة في عرض العناصر والمعلومات التي تحتويها المواقع، الى جانب أنها تعطي ثراء في طريقة تقديم المضمون بأشكال وقوالب مختلفة. وهنا يظهر موقع جامعة الملك سعود في مقدمة المواقع التي تشتمل على أساليب وقوالب مختلفة لا تتوافر في مواقع أخرى ضمن عينة الدراسة، كاستخدام الوسائط المتعددة في بعض الصفحات الداخلية للكليات والمراكز، واستطلاعات الرأي، وتوفير ملفات صحفية توثق لما ينشر عن الجامعة ككل أو بعض الصفحات الخاصة في مختلف الصحف المحلية السعودية، وتوفر الأخبار الخاصة بكل صفحة، وتعدد المنتديات والمدونات التي تشتمل في داخلها على مقالات وحوارات وأخبار وغيرها.

2. تتراوح بقية المواقع الخمسة الأخرى في درجة اعتماد أساليب وقوالب متعددة، لكن بشكل عام يمكن القول أن الأخبار تأتي في مقدمة الأساليب التي تعتمد عليها هذه المواقع، وتتميز بكثرتها وتعددتها. كما يلاحظ أن القوالب

والأساليب التي تستخدم في عينة الدراسة هذه تتواجد ضمن النشرات والإصدارات التي تنتجها هذه المؤسسات، أي لا توجد قوالب ووسائل خاصة بالمواقع على الصفحة الرئيسية، كالتحقيقات، وغيرها عن المواقع ذاتها أو عن الجامعة بشكل كامل، باستثناء استطلاعات الرأي في بعض المواقع كموقع جامعتي الملك سعود والسلطان قابوس.

6- القارئية

تحقق كافة المواقع الإلكترونية الستة عناصر تصميم الصفحة التوبوغرافي والمتمثل في المتن (الحروف والكلمات)، والصور والرسوم، والمساحات البيضاء أو السالبة. حيث أن جميع الخطوط وأحجامها سهلة القراءة وواضحة للعين ولا تشكل صعوبة في متابعتها، ومدعومة من قبل أجهزة الحاسوب الآلي. إلى جانب أن الصور والأشكال المعتمدة في هذه المواقع تتسم بالوضوح العالي، والتي تم قياس جودتها بعامل الرؤية، وارتفاع البكسل لها؛ وربما يعود ذلك إلى اعتماد تقنيات التصوير الرقمي الجديد. أضف إلى ذلك، أن المساحات التي تفصل بين الكلمات عن بعضها، والأسطر والفقرات والعناصر فيما بينها، تتميز بالمنطقية وانضباطها بمساحات كافية ومعقولة، ولا يوجد تشابك أو تداخل للمواد ببعضها.

7- التوازن

يتمثل عنصر التوازن في أن يكون لكل عناصر الصفحة الفرصة في جذب نظر المستخدم لما تحتويه من معلومات ومضامين. وذلك يتحقق بتناسق عناصر التصميم من حيث الحجم والبروز، وضبط الألوان المستخدمة. بشكل عام تتسم بعض مواقع عينة الدراسة بالتوازن العام النسبي، مثل مواقع جامعتي السلطان قابوس والبحرين. أما موقع جامعة قطر يخلل توازن الصفحة الرئيسية بوجود واجهة أمامية للموقع كبيرة الحجم بالمقارنة مع بقية عناصر الصفحة الرئيسية، وأيضاً المساحة السفلية الممتدة للصفحة. وفي موقع جامعة الإمارات يظهر خلل التوازن بتوفر عناصر باهتة اللون وبموقع لا يجذب النظر على الرغم أنها تشكل أهمية كبيرة وغير مكررة بشرط الاستعراض العلوي بالصفحة والذي يتكرر في كافة الصفحات، مثل المكتبات والدليل وغيرها. أيضاً توجد عناصر أكبر حجماً وأكثر عدداً في الجانب الأيمن السفلي مثل التسجيل للدراسات العليا، ووصلة شركاء الجامعة ووصلة الأخبار والوظائف وغيرها، بينما تقتصر في الجانب الأيسر السفلي على عرض ثلاث وصلات رئيسية بشكل أفقي وهي أخبار وأحداث وفيديو؛ ولكنها في الوقت نفسه تأخذ الأخبار المعروضة أكثر من نصف المساحة، مما يعكس نوعاً من الخلل في التوازن، وتوزيع المواد أو المحتوى. ويعد موقع جامعة الكويت الأبرز في اختلال التوازن بتوفر عناصر كبيرة مرئية وأخرى صغيرة، كصغر شريط الاستعراض العلوي بمنصف الصفحة والذي يضم نبذة عن الجامعة والكليات وإدارات خدمية ومراكز العمل وغيرها، بالمقارنة مع الأجزاء الأخرى، فهذه الروابط تتضمن معلومات مهمة

جدا عن مكونات الجامعة وقطاعاتها والإطار الذي تعمل فيه، الى جانب الألوان التي تتفاوت بين الداكن جدا والفاتح الباهت في أغلب الصفحات وخاصة الصفحة الرئيسية. الأمر نفسه يتكرر في موقع جامعة الملك سعود التي تشمل صفحاته على عناصر داكنة كشريط الاستعراض السفلي وعدم وضوح العناصر التي تحتويها، بالإضافة الى عدم مرئية الوصلات التشعبية المؤدية الى عناصر مهمة ومنفردة كالمندريات والمعاهد والمراكز والمستشفيات وغيرها، ولا يمكن للمستخدم أن يعرف بوجوده إلا في حاله مرور سهم المؤشر بالمصادفة على مكان وجوده تحت الموضوع مباشرة.

8- الجاذبية

تعد جاذبية المواقع الإلكترونية من أولى الخصائص التي تجذب الانتباه الى الموقع، وذلك باعتماد عناصر التصميم الحديث، الى جانب اختيار الألوان والصور والأشكال المختلفة. تتصف بعض مواقع العينة بالجاذبية النسبية مثل موقع جامعة السلطان قابوس وجامعة قطر. في حين يبدو موقع جامعة الملك سعود الأكثر جاذبية واستخداماً لعناصر التصميم الجاذب، ومنطقية الألوان المعتمدة، وأيضاً استخدام الصور المتحركة. وفيما يتعلق بموقع جامعة الإمارات تتميز بتصميم يميزها عن غيرها إلا أن المأخذ يكمن في تنوع الألوان واختلافها بين فترة وأخرى مما قد يفقدها هويتها والتعرف على الموقع من غيره. وأخيراً، يعد موقعي جامعة الكويت والبحرين الأقل استخداماً لعناصر التصميم الجاذب والحديث، حيث يعتمدان على العناصر التقليدية في عرض المحتويات وألوان غير متسقة مع بعضها، وصور كثيرة ثابتة.

وعلى سبيل المثال يراعي موقع جامعة السلطان قابوس إلى حد جيد عناصر جذب الانتباه بتصميم جذاب نسبياً يأخذ بعين الاعتبار عناصر التصميم الحديث. فقد اعتمد الموقع على الألوان، الخلفية الحمراء الداكنة والخط الأبيض أو العكس، التي عكست وحدة وتناسق الألوان في كافة عناصر الصفحة الرئيسية، مثل الواجهة الرئيسية التي تحتوي على اسم الجامعة وشعارها، والأيقونات التي تعرض الرؤية والمهمة والأهداف وغيرها. وعلى صعيد الصفحات الداخلية يشيع استخدام ألوان متعددة في بعض الصفحات، وهذا قد لا يؤسس إلى جاذبية منتظمة تحققها وحدة التصميم استناداً إلى الألوان، حيث يظهر من الصفحات الداخلية عدم التناغم من حيث اللون مع الصفحة الرئيسية ويمكن أن يؤثر ذلك بالطبع على وحدة الصفحات. يظهر في الموقع أيضاً منطقية الصور والأشكال وتناسبها مع المحتوى. حيث تشمل الواجهة الرئيسية على صور متغيرة من بينها آخر زيارة للسلطان قابوس للجامعة ومناظر مختلفة من الجامعة وحفلات التخرج وغيرها، وهي تقوم بدور وظيفي إلى جانب الدور الجمالي. أما توفر الصور والأشكال في الصفحات الداخلية فتشتمل أغلبها على صور مرافقة، مثل صفحة البرنامج التأسيسي و صفحة مجلس

الجامعة التي تتضمن صورة ثابتة، وتشتمل صفحة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية على مجموعة صور متحركة معبرة عن الكلية وفعاليتها، وكذلك صفحة مكتبة كلية الطب وغيرها. وتكاد تخلو بعض الصفحات القليلة الأخرى من الصور مثل صفحة دائرة الشؤون القانونية، و صفحة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ومركز أبحاث المياه وغيرها. ويتميز موقع جامعة الملك سعود بالجاذبية ويحمل عناصر التصميم التي تجذب الانتباه. ويغلب عليه اللون الأزرق على خلفية بيضاء في الصفحة الرئيسية فقط. كما تتوحد بعض الصفحات الداخلية في استخدام الألوان ذاتها، وتتفرد صفحات أخرى بألوان خاصة بها، كالصفحات المندرجة ضمن عنوان أخبار الجامعة. تستعرض الواجهة الأمامية للصفحة الرئيسية مجموعة من الصور المتحركة للجامعة، تقود عند الضغط عليها الى صورة أخرى وهكذا، أي أن الوظيفة التي تلعبها الصور هنا في الواجهة الرئيسية لموقع جامعة الملك سعود هو دور جمالي الى جانب دورها الوظيفي للتعريف ببعض مرافق الجامعة الرئيسية. أما على صعيد الصفحات الداخلية فتحتوي بعضها على صور مرافقة للمضامين مثل صور للكليات النسائية والمنشآت الطبية والبحث المباشر وغيرها. وفي الوقت نفسه لا تحتوي الصفحات الداخلية الأخرى على صور ومنها على سبيل المثال صفحة البوابة الإخبارية، كذلك صفحة كراسي البحث و صفحة نظام المعلومات الجغرافي وغيرها.

يتسم موقع جامعة البحرين بالتقليدية مقارنة مع المواقع الأخرى، ولا يوحي باستخدامه لعناصر التصميم الحديث، ولا يظهر فيه استخدام جيد لعناصر جذب الانتباه، حيث تستخدم الألوان والصور بشكل تقليدي. يستخدم الموقع اللون الأحمر الداكن مع الخلفية البيضاء في الصفحة الرئيسية بالإضافة إلى ألوان أخرى كاللون البني كخلفية لشريط الاستعراض العلوي واستخدام اللون الأسود كخلفية لروابط تقويم الجامعة والشريط السفلي بنهاية الموقع. تتماثل بعض الصفحات الداخلية في استخدام عنصر اللون مع الصفحة الرئيسية، وتختلف صفحات أخرى كثيرة عن الصفحة الرئيسية بألوان مختلفة. وفي جانب استخدام الصورة في الموقع يظهر في الصفحة الرئيسية استعراض صور ثابتة في الواجهة الأمامية وعلى صعيد الصفحات الداخلية تخلو أغلب الصفحات من الصور والأشكال، وتشتمل أخرى قليلة على صور ثابتة، ومن أمثلتها صفحة نادي خريجي الجامعة، و صفحة عمادة شؤون الطلبة. ويخلو الموقع تقريباً من استخدام الصور المتحركة التي تعطي جاذبية أكثر للموقع في الصفحات الداخلية.

ويتصف موقع جامعة الإمارات بالحدثة والجدة، ويتميز _ عن بقية المواقع _ بعدم استخدام لون محدد في الصفحة الرئيسية، حيث يتغير اللون بين الفترة والأخرى (تقريباً كل ربع ساعة، ومع كل دخول جديد الى الموقع، أو عند الرجوع للصفحة الرئيسية) منتقلاً بين ألوان متعددة هي الأزرق المتوسط والوردي الداكن والأخضر المتوسط والبرتقالي مع الخلفية البيضاء. كما تشتمل الصفحة الرئيسية على ألوان متعددة أخرى ثابتة للوصلات، مثل اللون

البرتقالي للموردين، والرمادي للوظائف الشاغرة، والأخضر للأخبار. أما في الصفحات الداخلية فتتنوع في ألوانها، على سبيل المثال صفحة عن (الجامعة) و صفحة الأخبار يسود فيها اللون البرتقالي، والروابط باللون الأحمر، و صفحة الفرص الدراسية باللون الأخضر، والروابط الجانبية باللون الأحمر، و صفحة الخريجون باللون الوردي، مع الخلفية البيضاء، وهكذا. وفي جانب الصور، تظهر في الواجهة الرئيسية صور متحركة ومتابعة العرض لإعلانات ومواضيع متعددة، عند الضغط عليها تقود الى رابط آخر موصل لمحتواها. وفي بعض الصفحات الداخلية التي تتوفر الصور بها، مثل صفحة العلاقات المجتمعية، صفحة عمادة القبول والتسجيل. وبشكل عام تخلو الصفحات الداخلية من الصور المتحركة.

ويتصف موقع جامعة قطر بالحدثة والابتعاد عن التقليدية، ويستخدم اللون البني الداكن والفتح، واللون الأزرق الداكن مع الخلفية البيضاء. حيث أن الواجهة الرئيسية للصفحة تتنوع ألوانها باختلاف الأخبار والإعلانات التي تستعرض بها، ويستخدم اللون الأزرق الداكن كخلفية في روابط الفيديوهات والأخبار والفعاليات ووصلة ما رأيك و صفحة الموقع باللغة الإنجليزية. كما يستخدم اللون البني الداكن في وصلات حقائق وأرقام والإعلانات والخروج المتميز وشبكات التواصل، وغيرها. وتتشابه أغلب الصفحات الداخلية في الألوان مع الصفحة الرئيسية. أما من ناحية الصور والأشكال المستخدمة، تظهر في الواجهة الرئيسية مجموعة من الصور المتحركة والمتابعة، عند الضغط عليها تقود الى وصلات منفصلة لتفاصيل أكثر لمحتواها. أما في الصفحات الداخلية فتتوافر بها بعض الصور، مثل صفحة كلية الآداب والعلوم التي توفر شريط صور متحرك لطلاب الكلية، الى جانب صور ثابتة، و صفحة مكتب البحث العلمي وغيرها.

كما يتصف موقع جامعة الكويت بتصميم تقليدي لا يراعي عناصر التصميم الحديث الجاذب للانتباه. يستخدم اللون الأزرق الداكن كخلفية في معظم مساحة الصفحة الرئيسية، أي على الجانب الأيمن والأيسر للصفحة ماعدا خلفية أخبار وأحداث بمنصف الصفحة السفلي باللون الحليبي أو (الأصفر الفاتح)، الى جانب اللون الأبيض للمساحتين بأعلى الصفحة والتي تتضمن الأولى شعار واسم الجامعة، وتتضمن الثانية شريط استعراض لروابط الصفحة الرئيسية و صفحة الفيس بوك وتويتر و صفحة الموقع باللغة الإنجليزية. وفي الصفحات الداخلية تشترك بعض الصفحات باستخدام نفس الألوان وتختلف أخرى. وعلى صعيد الأشكال والصور يستخدم الموقع في الصفحة الرئيسية مجموعة صور متحركة لا يقود الضغط عليها الى صفحات داخلية. وتستعمل بعض الصفحات الداخلية صور خاصة بها مثل صفحات إدارة شؤون التخزين، ومركز الدراسات الإستراتيجية والمستقبلية وغيرها، و صفحات أخرى تخلو منها مثل صحائف التخرج، وكلية الشريعة والدراسات الإسلامية وغيرها.

ثانياً: إطار المضمون

1- مجالات المضمون

- مضامين التعليم والتعلم

في مجال التعليم والتعلم، يتضمن موقع جامعة السلطان قابوس معلومات متعلقة بالنظام الأكاديمي، والبرامج الدراسية، ومواعيد الامتحانات، والبرنامج التأسيسي، وبرامج الدراسات العليا، والقبول وشروطه والتسجيل والتقويم والتقدير وقواعد التخرج والبوابة الإلكترونية، وخدمات هيئة التدريس مثل احصائيات التسجيل للمقررات وادخال الدرجات، وخدمات الطلاب الى جانب توفر الخطط الدراسية للبرامج الأكاديمية، إلا أن بعض التخصصات لا تتوفر لها خطط. ويلاحظ بشكل عام توفر خطط سنوات 2006 الى 2011 دون خطط السنوات الأخيرة كخطط العام الأكاديمي الحالي 2013. بالإضافة الى وجود قائمة بالمجموعات الطلابية، وشروط التحويل وتوزيع الطلاب على التخصصات، واحصائيات للمقبولين والمسجلين والخريجين، وضبط الجودة والإعتماد وإنجازات الهيئة التدريسية والتعليم الإلكتروني.

أما موقع جامعة الملك سعود فينضمن اللوائح الدراسية والاختبارات للمرحلة الجامعية والقواعد التنفيذية المعتمدة، ولائحة تأديب الطلاب وخدمة تعيين أعضاء هيئة التدريس ومتابعة الاحصاءات والتقارير الخاصة بذلك. بالإضافة إلى اللوائح المنظمة للقبول والتسجيل، والتقويم الأكاديمي، وبوابة النظام الأكاديمي والخطط الدراسية وشروط التحويل بين الكليات والجدول الزمني للتسجيل، والشروط والقوانين والخدمات الأكاديمية المنظمة لقبول الطلاب المستجدين كإدخال الرغبات قبل التخصيص وشروط التحويل بين المسارات وغيرها، وخدمات الطلاب المستمرون، كاستخراج السجل الأكاديمي وتأجيل الدراسة، وغيرها. أضف الى ذلك، الأنشطة والمجموعات الطلابية، وبرنامج السنة التحضيرية والخطط الدراسية والعقوبات وضوابط التخصيص، وبرامج الجودة. وتتضمن كذلك البرامج الأكاديمية التي تقدمها الكليات ومشاريع الطلاب وجدول الإختبارات إلى جانب برامج الدراسات العليا.

ويوفر موقع جامعة البحرين مضامين متعلقة بالتعليم والتعلم متمثلة في البرامج الأكاديمية التي تطرحها الجامعة، واللوائح والقوانين الأكاديمية، الى جانب معلومات حول القبول والتسجيل واللوائح والنظم والتقويم الأكاديمي للعام الدراسي الحالي 2013 و2014، ومعلومات حول الإنجازات التي حققها مركز تقنية المعلومات. كما يتضمن الموقع معلومات حول مجالس الكليات وبرامج الاعتماد والجودة. وتتمثل مضامين التعليم والتعلم في موقع جامعة الإمارات ببرامج الإعتماد التي توفرها لبرامجها الدراسية، والخطط الدراسية لكافة التخصصات والبرامج الدراسية التي تطرحها

على مستوى البكالوريوس والماجستير والدكتوراة، وشروط إعادة القيد وشروط التحويل من جامعات أخرى، وتتوفر احصائيات أعداد الطلبة والخريجين بالجامعة، من 2003 الى 2013، بالإضافة الى توفر معلومات حول التعليم الإلكتروني في الجامعة، والتقييم الأكاديمي للعام الدراسي 2013 و2014. ويستعرض الموقع المتطلبات ومواصفات الرسائل الجامعية وشروطها. أيضا اللوائح والقوانين والسياسات لمكتب تقنية المعلومات، والسياسات واللوائح لمكتب الموظفين الأكاديميين، ولائحة السلوك الطلابي وسياسات واجراءات الموارد البشرية بالجامعة. كما تتضمن جميع صفحات الكليات البرامج الدراسية التي تطرحها والمجالس الأكاديمية لها دون المضامين الأخرى، ماعدا كلية تقنية المعلومات التي تستعرض برنامج الاعتماد لها والمرافق التي تحتويها من مختبرات ومراكز.

ويضم موقع جامعة قطر برامج الاعتماد لمختلف الكليات والتخصصات والدرجات العلمية، وبرامج الاعتماد الدولي لبعض التخصصات. كما يتضمن التقييم الأكاديمي للجامعة من 2008 الى 2016، والبرامج الأكاديمية لمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا وبرنامج التميز الأكاديمي، ومتطلباتها والشروط اللازم استيفاءها، ومواعيد التقديم والرسوم ومواعيد الامتحانات والسياسات والاجراءات والهيئة التدريسية والادارية وغيرها. بالإضافة الى الجوائز التي حصل عليها مركز الدراسات البيئية، والسياسات المتبعة في معهد البحوث والدراسات الاقتصادية والاجتماعية المسحية. كما يتوفر دليل مشاريع التخرج لطلبة الآداب تتضمن الشروط والمسؤوليات واللجان المشرفة على المشاريع. إلى جانب معلومات عن الإرشاد الأكاديمي ومواعيده.

أما موقع جامعة الكويت فيتضمن دليل النظم واللوائح الأكاديمية، والخدمات الأكاديمية للتسجيل وقواعد القبول ونتائج اختبارات القدرات الأكاديمية والجداول الدراسية وطلبات الالتحاق ونظام التسجيل والتعليم، والتقييم الأكاديمي للعام الدراسي 2013-2014، والتقويم الأكاديمية لكل كلية، واحصائيات بأعداد خريجي جامعة الكويت منذ 1969 الى 2011، الى جانب البوابة الإلكترونية وخدماتها التعليمية. وميثاق العمل الجامعي، ولوائح ونظم عمادة شؤون الطلبة، والاحصائيات الأكاديمية لكل ما يتعلق بالجانب الأكاديمي كأعداد الطلبة في مرحلة البكالوريوس والدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس والموظفين خلال الأعوام الأكاديمية من 2000 الى 2011. ويضم الموقع برامج الاعتماد الأكاديمي لبعض الكليات.

من العرض السابق نستخلص ما يلي:

1- تعد مضامين التعليم والتعلم الأكثر هيمنة من بين المضامين الأخرى في كافة المواقع وتتركز في معلوماتها عن اللوائح والبرامج والخطط الأكاديمية المعتمدة والقبول والتسجيل والإحصائيات وبرامج الاعتماد وغيرها.

2- تتماثل مواقع الجامعات الست في طبيعة المعلومات المتعلقة بالتعليم والتعلم، وهذا بالطبع يعكس الطبيعة المتماثلة للمجال في كافة الجامعات. ما يميز موقع عن الآخر هو عامل الشمولية، فبعض المواقع تنسم بالشمولية النسبية في عرضها لمعلومات التعليم والتعلم في حين تغيب هذه الشمولية في مواقع أخرى.

3- يتضمن موقع جامعة السلطان قابوس على معلومات مناسبة في مجال التعليم والتعلم، مع اختفاء عناصر أخرى من بينها اللجان الطلابية والتعريف بالمرافق إلى جانب غياب الخطط الدراسية لبعض التخصصات. ويمكن القول أن موقع جامعة البحرين يعد الأقل احتواءً لمضامين التعليم والتعلم، إذ أن أغلب المعلومات المتوفرة تقتصر على خلفيات عامة للتعريف بالبرامج الأكاديمية دون توفر معلومات تفصيلية، بينما يظهر موقع جامعة الملك سعود كأكثر المواقع شمولية لعناصر مضامين التعليم والتعلم في مختلف الصفحات، أما موقع جامعة الإمارات فيفتقر إلى بعض المضامين مثل الهيئات التدريسية والمرافق المتضمنة واللوائح والتنظيمات، في حين أن موقع جامعة قطر لا يوفر الخطط الدراسية والمرافق والمعامل وكذلك الإحصائيات، كما أن موقع جامعة الكويت لا يتضمن الخطط الدراسية والكوادر التدريسية والمرافق وغيرها.

- مضامين البحث العلمي

يتضمن موقع جامعة السلطان قابوس معلومات حول الدراسات العليا والمنح والمنح المدعومة من جهات أخرى، وإصدارات دائرة النشر العلمي كالكتب العلمية والمجلات العلمية والنشرات الخاصة بالبحث العلمي كما توفر قائمة بعناوين المؤتمرات والندوات الخارجية للعام الأكاديمي 2011 و2012. وأيضاً البحوث الأكاديمية للجامعة، وإحصائياتها لكل كلية. كما تتضمن بعض الصفحات الخاصة بالكليات معلومات حول قضايا تتصل بالبحث العلمي مثل صفحة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية التي تتضمن مؤتمر الكلية الثاني ومجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، وبرامج الدراسات العليا لمختلف التخصصات، والمؤتمرات التي تنظمها كلية التربية ومجلة الكلية العلمية، وقائمة بالبحوث الممولة، ولا تتضمن الكليات الأخرى مضامين أخرى متعلقة بالبحث العلمي. كما أن صفحات المراكز البحثية تتضمن مضامين تتعلق بالبحث العلمي بشكل مختصر كمركز التميز في التقنية الحيوية البحرية الذي يشير إلى ملخص تنفيذي لدراسة واحدة فقط، ومركز الدراسات العماني الذي يشير إلى الدراسات السابقة والدراسات الحالية بشكل مختصر ولا يوفر البحوث كاملة على صفحته، كما يشير إلى الكتب التي يصدرها والندوات التي ينظمها في صيغة مختصرة، وكذلك يتوفر معلومات حول كرسي شركة شل لأبحاث النفط والغاز وهكذا.

تتمثل مضامين البحث العلمي بموقع جامعة الملك سعود في المنح المقدمة، وحلقات النقاش الاسبوعية ووحدة الشراكة البحثية والعلمية وعناوين للمجلات العلمية التي تشارك فيها بعض المراكز، والشركاء المتعاونين مع الجامعة في مجال البحث العلمي، وقواعد بيانات للبحوث العلمية والرسائل العلمية بالجامعة، وقواعد بيانات للخبراء والمهتمين في مجال الرياضيات والعلوم، وكتب ومقالات علمية وأبحاث ودراسات ورسائل في أمن المعلومات، إلى جانب قاعدة بيانات لأبحاث الشباب، وعناوين المواضيع البحثية والدراسات التي أجريت في التقنية الحيوية، وأبحاث تقنية النانو المنشورة في مجلات علمية محكمة، وعناوين الأبحاث والدراسات المنجزة والحالية في هذا المجال إلى جانب براءات الاختراع والكتب والمنشورات العلمية، والمؤتمرات والندوات التي نظمتها أو شاركت فيها، وورش العمل والدورات التدريبية. كما تستعرض الأوراق البحثية لأبحاث التقنيات المتقدمة. أضف إلى ذلك، المؤتمرات والندوات والحلقات الخاصة بالدراسات الصحراوية بالمملكة، وعناوين الدراسات والبحوث في المجال نفسه والمشاريع التي هي قيد الإعداد. بالإضافة إلى مضامين الكراسي البحثية للجامعة في مجالات مختلفة هندسية وإنسانية وطبية وعلمية، والإنجازات التي حققتها. ومجلة الأبحاث العلمية العالمية ISI التي تضم دراسات وأبحاث في مجالات مختلفة. والحاوية العلمية التي تتضمن البحوث العلمية والدراسات والرسائل الجامعية. أضف إلى ما سبق ملخص البحوث والدراسات الهندسية، ومجلة علوم طب الأسنان، وإحصائيات الدراسات والبحوث المنشورة لطب الأسنان من 2005 إلى 2013، وكراسي البحث في نفس المجال، والندوات العلمية الشهرية للعلوم الطبية التطبيقية، ومعلومات بعض الكراسي البحثية التابعة للعلوم التطبيقية وتوصيف للبحوث التي تقيمها. وغيرها من صفحات الكليات التي تتضمن بحوث علمية خاصة بها أو ندوات ومؤتمرات وكراسي بحثية وغيرها.

وفيما يتعلق بمضامين البحث العلمي في موقع جامعة البحرين فتتمثل في عناوين المشاريع البحثية الممولة من 2001 إلى 2013، والكتب المحكمة من 2003 إلى 2013، ونشرة البحث العلمي، إلى جانب المجلات الأخرى التي تصدرها كمجلة العلوم الإنسانية ومجلة العلوم التربوية والنفسية وغيرها، بالإضافة إلى ملخص للدراسات التي تقوم بها وحدة الدراسات المؤسسية ودعم القرار، وتستعرض برامج الدراسات العليا للحقوق والعلوم، والأبحاث العلمية التي قامت بها الكلية، والأبحاث العلمية الهندسية، كما تتوفر عناوين الكتب العلمية التي نشرتها كلية البحرين للمعلمين، وبعض عناوين المنشورات كفصول ضمن كتاب، والمنشورات في الدوريات العلمية الإلكترونية، والمؤتمرات، ولا يتوفر غيرها من المضامين في الصفحات الأخرى.

ويضم موقع جامعة الإمارات معلومات عامة تتعلق بكلية الدراسات العليا، ولا تتوفر البحوث والدراسات التي أجرتها الجامعة في الموقع على صفحة الأبحاث، كما يضم الموقع مشاريع قسم إدارة التسهيلات، وبعض الأبحاث الكاملة

لكلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية، وملخصات لبحوث أخرى لبعض التخصصات مثل تخصص الإعلام ودراسات الترجمة، الى جانب الفرص البحثية المتاحة، وعناوين البحوث العلمية التي أنجزتها كلية العلوم للتخصصات الداخلية للكلية مثل الكيمياء والأحياء وغيرها، وهكذا بالنسبة لبقية الكليات والتخصصات.

ويقدم موقع جامعة قطر مضامين البحث العلمي متمثلاً في منح مكتب البحث العلمي والمنح الدراسية السنوية وأنواعها لطلاب البكالوريوس. والكتب والمجلات العلمية والنشرات الشهرية لمركز الدراسات البيئية وعناوين المشاريع التي تقوم بها، وعناوين للأبحاث التي أنجزها مركز معالجة الغاز، وأيضاً عناوين الأبحاث المسحية لمعهد البحوث والدراسات الاقتصادية والاجتماعية المسحية خلال 2010 الى 2012، ودليل للاهتمامات البحثية لأعضاء هيئة التدريس بكلية الإدارة والاقتصاد والمنشورات البحثية للكلية والعروض التقديمية منذ ما قبل 1999 وحتى الآن، وكذلك حلقات العمل التي نظمتها التربية من 2007 الى 2013، وعناوين الدراسات التي أنجزها أعضاء هيئة التدريس بالكلية، والمجلة العلمية المحكمة لكلية الشريعة والدراسات الاسلامية لمختلف السنوات، وهكذا بالنسبة لمضامين بقية الكليات. بالإضافة الى ما سبق الإصدارات العلمية للجمعية العلمية للمحاسبة.

أما مضامين البحث العلمي في موقع جامعة الكويت فتتمثل في برامج الماجستير والدكتوراة لكلية الدراسات العليا، وإحصائيات قطاع التخطيط مثل الإصدارات والمنشورات كالدراسات التي يقوم بها المكتب والنشرة الدورية، وبعض المشاريع المستقبلية للجامعة. الى جانب البحوث العلمية المنجزة والتي لا تزال في طور الإعداد كالتقارير السنوية لقطاع الأبحاث، والأبحاث الممولة، والنشرات الصادرة وغيرها. أيضاً تتوفر قاعدة بيانات علمية للمبادئ الطبية والممارسة وقاعدة أخرى للدراسات الهندسية، والمؤتمرات التي نظمتها كلية الحقوق وكلية الآداب، وغيرها من الصفحات. من العرض السابق لمضامين البحث العلمي، نستخلص:

1- تتسم أغلب المواقع بالوضوح في عرض برامج الدراسات العليا ونشاط البحث العلمي والمراكز البحثية والبحوث والمطبوعات ماعدا مواقع جامعات الإمارات وقطر اللذان لا يوفران عرضاً لإصداراتها العلمية والمطبوعات الخاصة بالبحث العلمي، أضف الى ما سبق توفر العديد من المراكز البحثية في بعض الجامعات مثل جامعة الملك سعود، ومحدوديتها في مواقع أخرى كجامعة الإمارات، وعدد متفاوت في بقية المواقع.

2- تتضح مضامين البحث العلمي بموقع جامعة السلطان قابوس في عمادة الدراسات العليا ودائرة النشر العلمي بتوفيرها للبحوث والإصدارات العلمية، ولا تتوفر هذه المضامين في صفحات الموقع الأخرى. وفي موقع جامعة البحرين وجامعة قطر يتوفر في كثير من أجزاءهما عناوين فقط للدراسات والبحوث المحدودة. بينما يشتمل موقع

جامعة الملك سعود على العديد من البحوث والدراسات في الكثير من المجالات سواء بالكليات أو المراكز وغيرها، في حين أن موقع جامعة الإمارات لا يوفر البحوث في صفحة الأبحاث ويقتصر على عرض الملخصات لبعض الدراسات في كثير من أجزاءه، إلى جانب موقع جامعة الكويت الذي يوفر بعض قواعد البيانات وأيضاً البحوث العلمية المنجزة بالجامعة.

3- يغلب على مواقع الدراسة استعراض الدراسات والبحوث العلمية كمضامين للبحث العلمي، ولا تتضمن الكثير من العناصر الأخرى، كالمؤتمرات والندوات العلمية والرسائل الجامعية وكراسي البحث، ويستثنى منها موقع جامعة الملك سعود الذي يعد الأكثر شمولية في مجال البحث العلمي.

4- يحتاج البحث العلمي في هذه المواقع إلى إعادة تنظيم وبناء ليتضمن عناصر محددة من بينها البحوث المحكمة المنشورة في دوريات هذه الجامعات، إلى جانب البحوث التي يتم نشرها من قبل الهيئة الأكاديمية في دوريات أخرى. وكذلك برامج الدراسات العليا وما تم انجازه من رسائل في برنامجي الماجستير والدكتوراه فضلاً عن البحوث التي تنفذ بشراكة مع جهات وطنية وخارجية والبحوث ذات الطابع الاستراتيجي وهكذا.

- مضامين خدمة المجتمع

تقتصر مضامين خدمة المجتمع في موقع جامعة السلطان قابوس على المعلومات المتعلقة بالتدريب وخدمة المجتمع وما تقوم به بعض الكليات المحدودة جداً في هذا المجال وبخاصة في مجال التدريب. كما يتضمن الموقع معلومات حول مستشفى الجامعة وما يقدمه من خدمات وما يحويه من أقسام فقط. أضيف إلى ذلك برنامج الاتصال بالخريجين. وفي جامعة الملك سعود، يتضمن الموقع اعلانات لمساعدة الخريجين في الحصول على وظائف لخريجي بعض التخصصات، وفرص للتواصل مع الخريجين، ومعلومات تثقيفية من إنتاج الطلاب ومعلومات عن حملات توعية منها على سبيل المثال الوقاية من تسوس الأسنان، بالإضافة إلى أنشطة اللجان الطلابية، إلى جانب الإهتمام بالخريجين من خلال توفير لجان مختلفة كفريق الدعم المادي والعيني وفريق الدعم المهني لحديثي التخرج، وغيرها. أيضاً يقدم الموقع معلومات ونصائح عامة للتعامل مع بعض الحالات المرضية، واستشارات دوائية للأفراد والاجابة على الاسئلة كخدمة للمجتمع. أضيف إلى ما سبق معلومات تتعلق بمركز التدريب والتوظيف لخريجي الدراسات الطبية النسائية، وغيرها مما يخدم هذا المجال. كما أن أوقاف الجامعة تدعم الموارد المالية للجامعة وتقدم مساهمات للمجتمع. وأخيراً، خدمات خاصة تقدمها للخريجين كخدمة السيرة الذاتية، وخدمة وظيفة وهي نظام إلكتروني يوفر فرص وظيفية للخريجين في القطاع الخاص، وغيرها.

تتمثل خدمة المجتمع في موقع جامعة البحرين في الدورات الشاملة التي يقدمها مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر، ولا تتوفر مضامين خدمة المجتمع للكليات، عدا برنامج التعليم التربوي المستمر بكلية التربية الذي يعتمد سياسة تعليم الخريجين وإعادة تأهيلهم باستمرار، وأيضاً مركز الاستشارات القانونية لكلية الحقوق والذي يساهم في خدمة المجتمع بتطوير القانون والدستور. كما تتوفر معلومات عن نادي الخريجين. أما موقع جامعة الامارات فيتضمن جدولاً للبرامج والدورات التدريبية لمركز التعليم المستمر وتشير صفحات الكليات الى هذه الصفحة، إلى جانب ذلك يتضمن الموقع صفحة للتدريب الطلابي تضم دليلاً للطلبة للتدريب المهني والتعلم التكاملي، والأخبار المتعلقة بها، والفرص الوظيفية المطروحة، كما تتوفر صفحة للخريجين توفر الأخبار والفعاليات والصور والفرص والخدمات وإمكانية التواصل مع الجامعة، وفرص التوظيف المتاحة بالجامعة، بالإضافة الى بريد إلكتروني للخريجين. فضلاً عن معلومات عن التدريب الطلابي وأهدافه والإرشاد الأكاديمي للتدريب وغيره بكلية العلوم، ومركز للإستشارات الطبية وخدمة المجتمع، ومؤسسة الصحة العامة، ومركز زايد بن سلطان للعلوم الطبية، والخدمات والإستشارات التي تقدمها للأفراد.

أما موقع جامعة قطر فيحتوي على مضامين متعلقة بخدمة المجتمع متمثلة بمكتب التعليم المستمر الذي لا يقدم الكثير في مجاله سوى التسجيل والتقييم، وبرنامج للتوظيف الطلابي وبرنامج للتأهيل المهني الإلكتروني، وإمكانية البحث عن فرص للوظائف للخريجين وفرص للتدريب والرعاية الأكاديمية، أيضاً خدمات خاصة للتواصل مع الطلبة وتقديم الدعم اللازم لهم الى جانب برنامج للتواصل مع أولياء الأمور. أضف الى ذلك برنامج للتدريب في مركز معالجة الغاز، والفرص الوظيفية لمعهد البحوث والدراسات الاقتصادية والاجتماعية المسحية وكلية الآداب والعلوم وكلية الشريعة والدراسات الاسلامية وغيرها، وفرص التدريب بكلية الإدارة والاقتصاد، الى جانب بعض النشرات العلمية الارشادية التي تطرح للعامة من قبل كلية الصيدلة كجزء من خدمة المجتمع. ولا يوجد بالموقع ما يشير الى الخدمات الطبية المقدمة عبر المستشفيات الجامعية. وأخيراً، يتضمن موقع جامعة الكويت دليل الدورات الشاملة التي تقدمها عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر، ويتعلق بعضها بالتنمية المجتمعية والتوعية والتعليم المستمر للأفراد، والتدريب الإلكتروني. أيضاً التشغيل الطلابي، والوظائف الشاغرة بالجامعة ومشاريع تخدم المجتمع ينفذها مكتب نائب مدير الجامعة للتخطيط مثل مكافحة إنتشار المخدرات والمنشطات، ونبد أفكار التطرف والغلو وغيرها من المشاريع. إلى جانب معلومات عن مكتب الإستشارات والتدريب بكلية العلوم الذي يساهم في تدريب الأفراد في مجالات علمية تخصصية فضلاً عن الدورات التدريبية التي تقدم للأفراد والمجتمع من قبل مكتب مساعد العميد لشؤون الأبحاث والإستشارات والتدريب بكلية الشريعة والدراسات الاسلامية، ولا تجد الباحثة في الموقع ما يشير الى الخدمات الطبية

المرتبطة بالجامعة كالمستشفى الجامعي وملحقاته. كما لا يتوفر ما يتعلق بالخريجين كالتواصل معهم أو تقديم خدمات معينة لهم. من العرض السابق نستخلص ما يلي:

1- يلاحظ أن مجال خدمة المجتمع لا يحظى بالإهتمام الكافي من قبل هذه المواقع، رغم أهميته في ربط الجامعات بمجتمعاتها المحلية والوطنية.

2- يعنى مجال خدمة المجتمع بالمراكز الخدمية والمراكز الاستشارية والتدريب والمستشفيات الجامعية التابعة لهذه المؤسسات والخريجين، بشكل عام يمكن القول أن مواقع الجامعات الست لا تشتمل على مضامين ثرية لخدمة المجتمع. وتتفاوت هذه المواقع في ما تحتويه في هذا المجال في صفحات محدودة جداً.

3- تنحصر مضامين خدمة المجتمع بموقع جامعة السلطان قابوس في التدريب والاتصال بالخريجين فقط، وفي موقع جامعة البحرين تتضح في دورات خدمة المجتمع والتعليم المستمر ومركز للإستشارات القانونية، بينما يركز موقع جامعة قطر على فرص التدريب والتوظيف للخريجين وفتح قنوات متعددة للتواصل مع أولياء الأمور، في حين أن موقع جامعة الإمارات يركز على الخريجين ويوفر لهم العديد من الخدمات الى جانب استعراض الدورات التدريبية، أما موقع جامعة الكويت يتضمن الدورات الشاملة لمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر والوظائف وبعض المشاريع الخدمية للمجتمع كالحملات التوعوية وبعض المكاتب الإستشارية، ويبرز موقع جامعة الملك سعود كأكثر المواقع حيوية في هذا الجانب، حيث يتضمن بعض اللجان الطلابية التي تخدم المجتمع من خلال بعض الأنشطة التوعوية وأيضاً الإستشارات المقدمة، والخدمات العديدة للخريجين.

4- لا تتوفر المرافق الطبية كالمستشفيات الجامعية بمواقع العينة باستثناء مواقع جامعات السلطان قابوس والملك سعود. وهي تقتصر في الأول على معلومات عن الأقسام والخدمات المقدمة فقط، بينما تتوسع في الثانية لتشتمل الخدمات والبرامج والمرافق وغيرها.

5- يعد الإهتمام بالخريجين هو الأبرز والسائد بمواقع العينة كمضمون لخدمة المجتمع، يستثنى من ذلك موقع جامعة الكويت الذي لا يشتمل على معلومات تتعلق بهذا الشأن. أيضاً على الرغم من الأهمية البالغة للمراكز الإستشارية وما تقدمه للمجتمع إلا أنها محدودة جداً في بعض المواقع مثل الإستشارات الدوائية بموقع جامعة الملك سعود والإستشارات القانونية بموقع جامعة البحرين، ومركز للإستشارات الطبية بجامعة الإمارات، ومكتب الإستشارات والتدريب بكلية العلوم لجامعة الكويت، ولا تتوفر بموقع جامعة قطر وجامعة السلطان قابوس.

2- أنواع المضمون

تتضمن كافة صفحات المواقع الخليجية الستة على المضامين المتعلقة بالمعلومات العامة، وهي النبذات التعريفية، كصفحات الكليات والأقسام الأكاديمية بداخلها، والعمادات والوحدات الإدارية والمراكز الخدمية والبحثية وغيرها، بالإضافة الى الأخبار والتقارير السنوية للجامعات بشكل عام أو للصفحات الخاصة، والتي تعد بمجملها معلومات عامة تعرف بالموقع ومحتواه للزائرين والمستخدمين. وعلى صعيد مضامين القوانين والسياسات تضم هذه المواقع معلومات حول اللوائح الأكاديمية والهيكل التنظيمية والنظم والإرشادات والسياسات العامة والمهام والإختصاصات، لكنها تختلف من موقع لآخر، إذ يتضمن موقع جامعة الملك سعود على العديد من اللوائح الأكاديمية والنظم والإرشادات الدالة على السياسات والقوانين في الجامعة. في حين تقتصر أغلب صفحات موقع جامعة البحرين على ذكر الهياكل التنظيمية لها، دون المعلومات الأخرى. ولا تشير مواقع جامعات السلطان قابوس والامارات وقطر والكويت الى الكثير من المضامين القانونية والسياسات بالجامعة، وتقتصر على الإشارة الى بعض اللوائح والهيكل التنظيمية في صفحات محدودة جدا.

تتمثل المضامين القانونية والسياسات العامة لموقع جامعة السلطان قابوس على الهيكل التنظيمي للجامعة المتكون من مجلس الجامعة ورئيس الجامعة والمجالس الأكاديمية المختلفة ومهامها وصلاحياتها، والهيكل التنظيمية لبعض الكليات فضلاً عن اللوائح القانونية للابتعاث الخارجي والبعثات والمنح، واللائحة التنفيذية واللائحة المالية، والقواعد والمهام والاختصاصات واللوائح والأنظمة للعمادات، واللائحة التنظيمية للطلاب الزائرين، وقواعد الإنضباط والتبادل الطلابي وشروط القبول والتحويل بين الكليات وغيرها. ويتضمن موقع جامعة الملك سعود على المضامين القانونية والسياسات العامة في صفحات عديدة، متمثلة في الهيكل التنظيمي لأمانة مجلس الجامعة ومهامه والأنظمة واللوائح التي تنظم العمل في الجامعة، من بينها على سبيل المثال لا الحصر، المهام وصلاحيات المجلس الاستشاري الصناعي للهندسة، واللوائح والنظم وشروط القبول لكلية علوم الحاسب والمعلومات، والهيكل التنظيمية لكلية العلوم الطبية التطبيقية وكلية المجتمع، واللوائح والأنظمة الصحية وأهم اللوائح التي تخدم أعضاء هيئة التدريس الطبية، وقواعد تنظيم اختيار وترشيح وكلاء كلية الطب والأقسام وسياسة الجودة. والقوانين والمعاهدات لمركز التميز لأمن المعلومات. أضيف الى ما سبق، اللوائح والأنظمة الخاصة بشؤون هيئة التدريس والموظفين وعمادة شؤون الطلبة وغيرها.

تتمثل المضامين القانونية والسياسات العامة في موقع جامعة البحرين في دليل الأنظمة واللوائح ودليل القبول والتسجيل، والهيكل التنظيمي لعمادة شؤون البحث العلمي ودائرة العلاقات العامة والإعلام ودائرة مطبعة الجامعة،

مركز تقنية المعلومات، ومكتب لجنة الترقّيات الأكاديمية، ووحدة الدراسات المؤسسية ودعم القرار، ومركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر، دون غيرها من المضامين. وتتضمن صفحات قليلة بموقع جامعة الامارات معلومات معبرة عن المضامين القانونية والسياسات العامة، مثل المتطلبات والشروط للالتحاق بكلية الدراسات العليا. والقوانين والشروط والسياسات بقسم تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية، والسياسات والاجراءات لمكتب الموظفين الأكاديمين، وشروط القبول في البرامج المختلفة بالجامعة، وشروط القبول وسياسات عمادة القبول والتسجيل في الجامعة، ولائحة السلوك الطلابي لطلاب جامعة الامارات. وهكذا يتضح عدم توفر اللوائح الأكاديمية والهياكل التنظيمية والمهام والاختصاصات للعديد من المكاتب والمراكز للجامعة.

ويشتمل موقع جامعة قطر على الهيكل التنظيمي واللوائح الأكاديمية للجامعة ككل، وسياسات القبول واجراءات ما بعد الوصول للطلبة الدوليين، وشروط ومسلّمات الإنضمام لكل التخصصات في الجامعة، وشروط وسياسات الاستمرار في المنح المقدمة، وشروط الحصول على المساعدات المالية والسياسات والاجراءات للمساعدات المالية وأيضاً مكتب إدارة العمليات، والهيكل التنظيمي لمركز الدراسات البيئية ومكتب العلاقات الخارجية ومكتب إدارة الإسكان الجامعي، والسياسات والقوانين وشروط العضوية للأندية الطلابية والمجلس التمثيلي لطلاب جامعة قطر.

ويحتوي موقع جامعة الكويت على دليل النظم ولوائح للجامعة، وتضم دليل لوائح الشؤون المالية والأكاديمية، ودليل الأبحاث والدراسات العليا والجوائز التقديرية والنشر العلمي، ودليل شؤون الطلبة. وقانون الجامعة واللوائح التنفيذية لمكتب نائب مدير الجامعة للشؤون العلمية، ولوائح الأبحاث والدراسات العليا والجوائز التقديرية ولوائح شؤون الطلبة بالإضافة الى مرجع شامل للقوانين والقرارات واللوائح وميثاق العمل الجامعي، والهيكل التنظيمي لمكتب نائب مدير الجامعة للتخطيط، ومكتب نائب مدير الجامعة للخدمات الأكاديمية المساندة والمهام التي يضطلع بها، وقواعد اعتماد المجالات العلمية، أضف الى ذلك، تتضمن صفحات قليلة جداً على ما يتعلق بمضامين السياسات والقوانين، مهام العميد المساعد للشؤون الطلابية لكلية التربية، والهيكل الإداري ولائحة نظام المقررات بالجامعة لكلية الشريعة والدراسات الإسلامية. والهيكل التنظيمي والتشريعات والقوانين البيئية للمركز العربي الإقليمي للقانون البيئي. ولا تشير الصفحات الأخرى بالشئ الكثير في مضامين القانون والسياسات.

وعلى صعيد المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي التي تتضمنها مواقع الدراسة، والتي تشتمل على ستة عناصر وهي الرؤية والرسالة والأهداف والقيم والغايات والمبادئ إلى جانب ملامح للخطّة الإستراتيجية. يتضمن موقع جامعة السلطان قابوس على الرؤية والرسالة والأهداف والقيم. كما تتضمن بعض الصفحات الخاصة بالكليات على الرؤية والرسالة والأهداف في حين تغيب في أخرى. تعد الرؤية والرسالة والقيم أبرز المضامين الإستراتيجية التي

يستعرضها موقع جامعة الملك سعود. بالإضافة الى أن العديد من صفحات الكليات التي تتضمن الرؤية والرسالة والأهداف في حين لا تظهر الرؤية أو القيم في صفحات أخرى. ويتضمن موقع جامعة البحرين على الرؤية والرسالة للجامعة، كما تظهر الرؤية والرسالة والأهداف في أغلب صفحات الكليات، وعمادة شؤون الطلبة، وغيرها، ويمكن الإطلاع على الأهداف فقط في بعض الدوائر الفنية والإدارية. وتتضمن صفحات أخرى الرؤية والرسالة دون الأهداف، ولا تتضمن بعض الصفحات على أية معلومات خاصة بالمضمون الاستراتيجي. ويتضمن موقع جامعة الامارات على الرؤية والرسالة والقيم للجامعة، كما تتضمن الصفحات الداخلية للموقع على الرؤية والرسالة فقط، في حين تعرض بعض الصفحات للرؤية والرسالة والأهداف، والغايات. وأخرى تتضمن الرسالة فقط.

يشتمل موقع جامعة قطر على الرؤية والرسالة للجامعة، في حين تتضمن صفحة الاعتماد الأكاديمي على الأهداف التي تسعى الجامعة الى تحقيقها، كما تظهر الرؤية والرسالة في أغلب الصفحات للكليات وغيرها. وتتضمن صفحات بعض الكليات على الرؤية والرسالة والأهداف، في حين تكتفي بعضها على الرسالة والأهداف. ويتضمن موقع جامعة الكويت على الرؤية ورسالة الجامعة، وتشتمل بعض الصفحات الداخلية على عناصر متباينة مثل الرؤية والرسالة والقيم في حالات معينة، والرؤية والرسالة فقط في حالات أخرى، والقيم والرسالة والأهداف في بعض الصفحات لكليات أو وحدات إدارية. نستخلص في النهاية ما يأتي:

1- تعد المعلومات العامة أبرز المضامين التي يمكن حصرها والتعرف عليها من خلال كافة المعلومات المتضمنة بالمواقع، كالأخبار والنبذات التعريفية والتقارير السنوية والبحوث والنشرات والخدمات وغيرها، الذي يعد في مجمله معلومات عامة تعرف بالموقع وما يقدمه للزائر أو المستخدم. هنا يمكن القول أن موقع جامعة الملك سعود يزخر بمضامين ومعلومات أكثر من المواقع الأخرى، نظرا لكون الموقع ذاته يشتمل على العديد من المواقع المنقرعه منه، حيث أن جميع الكليات والمراكز وبعض الدوائر والمكاتب وغيرها تتفرد بمواقع إلكترونية خاصة بها ومتضمنه على معلومات أكثر توسعاً وشرحاً. بينما تقتصر المواقع الأخرى عينة الدراسة هذه على صفحات فقط للمراكز والكليات والدوائر وغيرها ضمن الموقع الرئيسي لها.

2- تتمثل القوانين والسياسات حول معلومات اللوائح الأكاديمية والهياكل التنظيمية والنظم والإرشادات والسياسات العامة والمهام والإختصاصات للجامعات. تتباين مواقع العينة في اشتمالها لهذه المضامين، ففي حين يقتصر موقع جامعة البحرين على استعراض الهياكل التنظيمية لأغلب صفحاته كعنصر ممثل للقوانين والسياسات، يبرز موقع جامعة الملك سعود باشتماله العديد من اللوائح والتنظيمات والسياسات لمختلف الصفحات، بينما تتفاوت بقية المواقع الأخرى باحتواءها لوائح وهياكل لعدد محدود من الصفحات.

3- لا تتضمن أيا من المواقع عينة الدراسة على كافة العناصر الإستراتيجية الستة، وهي الرؤية والرسالة والأهداف والقيم والغايات والمبادئ. وتعد الغايات والمبادئ أبرز الأطر الاستراتيجية التي لا تتوفر بالمواقع كافة.

4- تشترك كافة المواقع في تفاوت عدد العناصر الإستراتيجية التي تعرضها ببعض صفحاتها، حيث يقتصر بعضها على عنصر واحد، أو أكثر، في حين تختفي من صفحات أخرى.

5- يتميز موقع جامعة الملك سعود بتوفر العناصر الإستراتيجية في أغلب الصفحات ما عدا صفحات محدودة جداً، وتتوفر هذه العناصر بعدد محدود في بعض الصفحات بينما تتوفر بصورة أكبر في صفحات أخرى. ويتضمن موقع جامعة السلطان قابوس في بعض صفحاته الرؤية والرسالة والأهداف، في حين تقتصر الأخرى على الأهداف فقط. في حين تتفاوت العناصر الإستراتيجية بموقع جامعة البحرين بين الرؤية والرسالة والأهداف دون غيرها. بالإضافة الى تفاوت هذه العناصر بموقع جامعة الإمارات بين صفحات تتضمن أربعاً منها وصفحات تتضمن الرسالة فقط، وتعد الرؤية والرسالة فقط أبرز الإستراتيجيات المعلنة لموقعي جامعة قطر وجامعة الكويت، الى جانب عناصر الأهداف والقيم لبعض الصفحات.

6- يعد موقع جامعة السلطان قابوس الموقع الوحيد الذي يستعرض العناصر الإستراتيجية (الرؤية والرسالة والأهداف والقيم) على الصفحة الرئيسية.

7- تستعرض بعض المواقع الداخلية لموقع جامعة الملك سعود استراتيجياتها في الصفحات الرئيسية لها، كصفحات بعض الكليات والمراكز.

3- الأنماط الاتصالية

يشتمل موقع جامعة السلطان قابوس على عرض للأخبار والفعاليات والاعلانات لمعارض تعليمية ودعوات ومؤتمرات وندوات وخدمات تقدمها الجامعة بالصفحة الرئيسية وغيرها. ويحفل على عرض لخطاب للسلطان قابوس أثناء زيارته للجامعة عام 2000، الى جانب إبراز بعض المقطعات من الخطاب. وتشتمل صفحات محدودة على بعض الأنماط الاتصالية مثل الأخبار ومعرض للصور للأحداث والفعاليات المهمة لبعض الكليات والبرامج، بالإضافة الى مقالات النشرات الدورية لبعض المراكز، والمنشورات التي تصدرها الجامعة مثل ملحق أنوار والمسار والباحث وهورايون. وتشتمل بين دفتيها على مجموعة من الأخبار والتحقيقات والمقالات وأعمدة الرأي وتقارير وغيرها، ويضم الموقع مقاطع صوتية للبرنامج الإذاعي (برنامج أنوار) وغيرها. ويشتمل الموقع وصفحاته على

خلفيات تعريفية عن الجامعة والكليات والأقسام والبرامج وغيرها. كما تتوفر خلفيات للرؤساء الذين تعاقبوا على رئاسة الجامعة منذ نشأتها حتى اليوم. ويتضمن موقع جامعة الملك سعود في الصفحة الرئيسية على عرض للأخبار والفعاليات والإعلانات ومقاطع فيديو وكتيبات تعريفية وقصص توعوية. وتشتمل العديد من الصفحات على أخبار خاصة بها وأنماط اتصالية متعددة، كما يشتمل على خلفية تفصيلية توضح نشأة الجامعة وتاريخها ومرفقها، وأخبار واليوم صور للفعاليات والأحداث، إلى جانب أخبار أوقاف الجامعة، وخلفية لتأسيس الأوقاف تستعرض التدرج التاريخي لتأسيسها، ومكتبة للصور، إلى جانب البوابة الإخبارية التي تعنى بأخبار الجامعة ككل، الى جانب قائمة للرأي تعنى بعرض المقالات من قبل طلاب وأساتذة الجامعة، وكاريكاتير معبر عن قضايا جامعية، مع الإشارة الى مجلة نوافذ التي تصدرها الجامعة شهرياً، تتضمن أحداث ومقالات وغيرها.

وتتضمن الصفحة الرئيسية لموقع جامعة البحرين أخباراً وفعاليات، وإعلانات وخلفيات، وخطاب لملك البحرين بمناسبة الإحتفال بالعيد الوطني بحرم جامعة البحرين، وخطاب لرئيس الجامعة بنفس المناسبة. ويبدو استخدام الأنماط الاتصالية للموقع محدود جداً، على سبيل المثال، أخبار لكلية تقنية المعلومات، وكلية البحرين للمعلمين، وبعض الإعلانات والأخبار والقصص المنشورة والصور لنادي الخريجين، أضف الى ذلك مجموعة من المقالات والتقارير والأخبار المتضمنة لإصدارات الجامعة مثل مجلة العلوم التربوية والنفسية ومجلة ثقافات ومجلة آفاق الجامعة والحقوق وغيرها. ويعرض موقع جامعة الإمارات العربية المتحدة خلفيات وأخبار للجامعة وأحداثها وفعاليتها المدعومة بالصور والإعلانات. وتتميز هذه الأخبار بتوفير خلفيات لموضوع الخبر وهي معلومات عن جامعة الإمارات ونشأتها والكليات والبرامج الأكاديمية التي تحتويها والتعاون الذي يربطها مع الجامعات والمؤسسات الأخرى وأرقام للتواصل، ومقاطع فيديو للجامعة وبعض مشاركات المنتسبين للجامعة من هيئة أكاديمية وإدارية وغيرهم بالبلد التلفزيوني المحلي، وأخبار وفعاليات لصفحة أخبار وأحداث الأبحاث، وأخبار الخريجين وفعاليتهم وصور حفل التخرج لمختلف الدفعات، بالإضافة الى أخبار كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وقسم علم النفس والتعليم المستمر وصفحات أخرى عديدة، ومجموعة من الأخبار والفعاليات والتحقيقات وطرح بعض القضايا والحلول والمقابلات وغيرها بمجلة سكاني.

يشتمل موقع جامعة قطر على أخبار وفعاليات الجامعة، ونشرة للطلاب تتضمن أخبار الطلاب ومقالات رأي وتقارير وحوارات وإصدارات المراكز والجمعيات. وكافة المقالات والأخبار التي نشرت عن الجامعة في الصحافة القطرية، وأيضاً البيانات الصحفية للجامعة في مختلف الشؤون. إلى جانب مقالات وأخبار وحوارات ومجلات تابعة للخريجين. ومقاطع فيديو. ومن الإصدارات التي يتضمنها الموقع، نشرة الحياة اليومية، ونشرة الحرم الجامعي التي

تعنى بأخبار الجامعة واستعراض إنجازاتها، ونشرة تواصل وهي فصلية تتناول قضايا مشروع تطوير جامعة قطر، وغرفة الأخبار التي تعرض أخبار مصورة، أيضاً مجلة الفيديو للجامعة، والتي تستعرض الأخبار على شكل مادة فيلمية. الى جانب راديو شؤون تعليمية والذي يناقش قضايا تعليمية في صورة حلقات إذاعية. أما الخلفيات المفصلة منها خلفية لبيدات الجامعة وكيف تأسست من عام 1973 الى الوقت الراهن والكليات التي تتضمنها والمرافق التي تحتويها والبرامج التي تعتمد عليها وأعداد الطلاب المنتسبين إليها وغيرها، وخلفية مكتب العلاقات الخارجية وغيرها. ومن الخلفيات الموجزة نبذة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية وكلية الحقوق ومكتب التعليم المستمر وغيرها.

ويتضمن موقع جامعة الكويت على أخبار وأحداث الجامعة وعرض للإعلانات، ومجموعة لقاءات وحوارات مع مسؤولين بالجامعة، ومجموعة من الأخبار المدعمة بالصور والمقالات والإعلانات بجريدة آفاق الأسبوعية، وأخبار وأحداث وإعلانات ونشرات صحفية للأبحاث، أيضاً آخر أخبار الانتخابات الطلابية ونتائجها، وأخبار وإعلانات بعض الكليات، وكتاب نجاحات الذي يستعرض أيضاً على شكل مادة فيلمية مصورة ونشرة إدارية. أما الخلفيات في الموقع هناك نبذة عن الجامعة تتطرق لإنشائها والمراحل التي مرت بها.

وفي نهاية هذا العرض يمكن استخلاص ما يلي:

1- تعد الأخبار والإعلانات من الأنماط الاتصالية الأبرز والأكثر شيوعاً من حيث الاستخدام في كافة المواقع، حيث تستخدم في الصفحة الرئيسية وفي الصفحات الداخلية لأغلب المواقع.

2- يتميز موقع جامعة الملك سعود باستخدام كافة الأنماط الاتصالية مما يجعله في مقدمة المواقع التي تعرض مختلف الأنماط والقوالب الاتصالية، في حين تتراجع المواقع الأخرى وتتفاوت فيما بينها، خاصة موقعي جامعتي البحرين والكويت.

3- يغلب على موقع جامعة السلطان قابوس توفر الأخبار العامة لفعاليات الجامعة ككل، الى جانب الإعلانات وتتوفر الأنماط الصحفية الأخرى كالتحقيقات والتقارير والمقالات ومقاطع الفيديو في صفحات النشرات التي تصدرها الجامعة. ويقتصر موقع جامعة البحرين على استخدام الأخبار والإعلانات والخطابات، ولا توجد أنماط اتصالية أخرى في الموقع. وفي موقع جامعة الإمارات، هناك اعتماد بشكل كبير على الأخبار على الصفحة الرئيسية وكذلك الصفحات الداخلية، غير أن الموقع لا يحفل بالأنماط الاتصالية الأخرى كالخطابات والتحقيقات وغيرها. وفي موقع جامعة قطر يشتمل على العديد من الأخبار، كما يشتمل على مجموعة أخرى من الأنماط الاتصالية كالوسائل الإذاعية لبث بعض البرامج ومناقشة قضايا تتعلق بالجامعة، أيضاً يحتوي على بعض المنشورات والمقالات

والحوارات. ويمكن القول هنا أن موقع جامعة الكويت يغلب عليه الأخبار كنمط اتصالي في الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، الى جانب توفر بعض الأنماط الأخرى كالمشورات الخاصة ببعض الصفحات وتخصصاتها، والإعلانات والحوارات والمقالات، وتختفي أنماط أخرى كالتحقيقات والخطابات.

4- كفاية المضمون

يعبر اكتمال المضمون، عن استيفاء الصفحات والعناصر لمضامينها ومعلوماتها التي يفترض عرضها وتوافرها دون نقص، الى جانب تفعيل كافة الوصلات الداخلية والأيقونات التشعبية واكتمال الصفحات. وتتفاوت مواقع العينة في هذا المجال بين الإستيفاء لصفحات ونقص لأخرى، الى جانب التفاوت في تفعيل الروابط والوصلات. يلاحظ اكتمال بعض المعلومات والمضامين في موقع جامعة السلطان قابوس، في حين تبدو الأخرى ناقصة. على سبيل المثال، يتضمن الموقع لمحة عن الجامعة والمجالس التي تتضمنها والرؤساء الذين تعاقبوا على إدارتها، والهيكل التنظيمي للجامعة وهي معلومات مستوفية لعناصرها بشكل جيد. كذلك تتضمن كلية الآداب والعلوم الاجتماعية وكلية التربية على مضامين موسعة للدراسات العليا والبحث العلمي ومضامين خدمة المجتمع وإدارة الكلية ومطبوعاتها والمختبرات التي تحتويها وغيرها. في الجانب الآخر، هناك صفحات غير مكتملة المعلومات مثل صفحة نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية وخدمة المجتمع، والأيقونات الثابتة بها والتي لا تقود الى معلومات مثل جائزة الأكاديمي المتميز، وجائزة الطالب المتميز. كذلك الاحصائيات التي تتضمن أعداد الخريجين لمختلف البرامج الأكاديمية للجامعة من 1990 الى 2007 فقط، ولا تتوفر الاحصائيات للسنوات ما بعد 2007. بالإضافة الى الكثير من الصفحات التي تقتصر على معلومات موجزة، مثل صفحة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية التي تحصر مضامينها على ذكر أقسام الكلية فقط، وينطبق هذا على الكليات الأخرى. أضف الى ما سبق صفحات عديدة غير مكتملة، أو ما زالت قيد الإنشاء منذ فترة طويلة على سبيل المثال لا الحصر، صفحة خدمة المجتمع والتعليم المستمر (فارغه)، وصفحة مركز اللغات تتضمن معلومات بسيطة، وصفحة مركز الدراسات والبحوث البيئية لا تزال قيد الإنشاء، وصفحة دائرة الشؤون الإدارية تتضمن معلومة مفردة واحدة فقط، ودائرة شؤون الموظفين تتضمن فقط معلومات الموظفين، في حين تغيب صفحة دائرة الشؤون الفنية وغيرها.

تتضمن أغلب العناصر والأجزاء في موقع جامعة الملك سعود على مضامين مكتملة، مثل صفحة عن الجامعة، التي تشتمل عدة عناصر منها كلمة مدير الجامعة وتاريخ الجامعة والمنشآت الطبية وأوقاف الجامعة، وكل منها يحتوي على تفصيل حول النشأة والتطور وغيرها، كمستشفى الملك خالد الجامعي وغيره. أيضا صفحات مثل كلية العلوم، وكلية العمارة والتخطيط، وكلية اللغات والترجمة وغيرها تبدو في مجملها متضمنة للمعلومات المتعلقة

بها، كالمعلومات التعريفية، والبرامج الدراسية والأقسام الأكاديمية، والأنشطة والفعاليات، والجوانب المتعلقة بالبحث العلمي والدراسات العليا والمرافق وغيرها، فيما تظهر بعض الصفحات المحدودة جداً غير مكتملة المعلومات مثل صفحة كلية إدارة الأعمال التي لا تحتوي على نبذة عن الكلية، ولا تتطرق إلى الهيئة الأكاديمية والأقسام الأكاديمية والبرامج الدراسية، والمرافق التي تحتويها. أيضاً لا تتوفر بعض الصفحات لبعض المراكز والمعاهد، مثل صفحة مركز التميز البحثي في تطوير تعليم العلوم والرياضيات، ومركز التميز البحثي في التقنية الحديثة، و صفحة الإدارة العامة للنشر العلمي والمطابع، ومركز تقنيات الطاقة المستدامة، و صفحة برنامج استقطاب علماء نوبل التي تظهر دون إمكانية الوصول إلى المعلومات. بالإضافة إلى وجود العديد من الأيقونات الثابتة غير الموصلة لروابط داخلية.

يتضح في موقع جامعة البحرين استيفاء بعض الصفحات لمضامينها مثل صفحات عمادة القبول والتسجيل التي تتضمن المعلومات المتعلقة بها مثل الجداول والخطط الدراسية والتسجيل وكذلك عمادة البحث العلمي التي تشتمل على معلومات عن منتسبيها والإنتاج العلمي والمجلس الأكاديمي ومعلومات أخرى، و صفحات كلية العلوم وكلية الحقوق وغيرها، أيضاً الصفحات المندرجة من وصلة عن الجامعة، كصفحات مكتب رئيس الجامعة، ومجلس أمناء الجامعة، وغيرها. أما التي لا تستوفي معلوماتها فتظهر في صفحة مجالس الكليات والأقسام التي لا تتضمن قائمة بأسماء الأعضاء، و صفحة الخطة الإستراتيجية 2009-2014، التي لا تتضمن الخطط الاستراتيجية للسنوات السابقة للجامعة وغيرها، بينما لا تستوفي عمادة شؤون الطلاب لمضامينها بعدم توفر قائمة للأنشطة الطلابية المنضوية تحتها، وأيقونة الأخبار تتضمن خبراً واحداً فقط منذ 2009، و صفحة كلية إدارة الأعمال تقتصر على ذكر الأقسام الأكاديمية فقط، وكذلك الأمر في صفحة دائرة المالية والموازنة و صفحة دائرة المشتريات التي تتضمن معلومات محدودة جداً، وغيرها من النواقص، بالإضافة إلى الصفحات التي لا تفتح أو الروابط التي لا تعمل مثل صفحة موقع خدمات شؤون الموظفين التي لا تتوفر، وعدم عمل بعض الروابط المندرجة ضمن روابط خدمات تقنية المعلومات. و رابط طلب الدعم الفني الإلكتروني لا يزال قيد الإنشاء، وغيرها العديد من وصلات التي لا تعمل، أو شديده البطء في التحميل والفتح. وأخيراً، ضمن الصفحة الرئيسية يلاحظ في الشريط السفلي بنهاية الموقع توفر رابطين الأول اتصل بنا والثاني خريطة الموقع اللتان تمثلان روابط ثابتة غير تشعبية.

ويغلب على موقع جامعة الإمارات الإستيفاء العام للمضامين، مثل صفحة عن الجامعة التي تتضمن رابط للتعريف بالجامعة وتاريخها والحقائق المرتبطة بها، و رابط مجلس الجامعة المتضمن لأسماء الأعضاء بالمجلس، و رابط شركاء الجامعة من داخل دولة الإمارات والمنظمات الخارجية وغيرها، و صفحة قسم التخطيط والتطوير الأكاديمي المتضمن على عناصر متعلقة بالمهام والرؤية، ومجالات العمل، وبعض المسوحات والمنشورات

للقسم وغيرها، وصفحة مكتب الموظفين الأكاديميين، كذلك في عمادة القبول والتسجيل، وأيضاً صفحات الكليات تشتمل على معلومات تتعلق بالبرامج والأقسام الأكاديمية التي تحتويها، والطلاب، والبحث العلمي وبرامج الدراسات العليا وغيرها من المضامين الأساسية للمجالات التي تعمل فيها. في جانب آخر، لا تتوفر الأنشطة التي تقوم بها عمادة شؤون الطلاب والجماعات الطلابية التي تنظم تحتها، كما يلاحظ وجود وصلة ثابتة للإعلانات بصفحة نائب الرئيس للدراسات العليا، ووصلة معلومات الامتحانات للبرنامج التأسيسي الثابتة، بالإضافة الى أن الوصلة التي تقود الى الصفحة باللغة العربية لا تعمل. ولا توجد وصلات أخرى في الموقع لا تعمل أو ثابتة.

يتصف موقع جامعة قطر بالإستيفاء في صفحات وانتفاؤها في صفحات أخرى. حيث تتضمن صفحة عن الجامعة عدة روابط تعرف بالجامعة، يبدو بعضها مستوفية لما يجب أن تحتويه مثل نشأة الجامعة وتاريخها، ومجلس أمناء الجامعة وأعضاءه، وروابط نواب رئيس الجامعة، وغيرها. وصفحة القبول في برنامج البكالوريوس وبرنامج الدراسات العليا، تتضمن معلومات متعددة للقبول مثل متطلبات القبول والشروط والمستندات وتقديم الرسوم والبرنامج التأسيسي وغيرها، أيضاً في صفحة الطلبة الدوليين تقدم الصفحة مضامين بما يحتاجه الطلاب الوافدون للدراسة بجامعة قطر. وتتصف جميع صفحات الكليات بتوفر عناصر عديدة ومعلومات لآلية عمل الكليات والدور الذي تقوم به، كصفحة كلية الآداب والعلوم تتضمن معلومات كثيرة منها البرامج الأكاديمية والأقسام العلمية التي تشتملها، والبحث العلمي بالكلية، وشؤون الطلاب والإعتماد الأكاديمي للكلية وغيره. بالإضافة الى صفحة الإرشاد الأكاديمي تستوفي معلومات كثيرة تتعلق بالاسكان الجامعي، والتواصل مع الطلبة، والخدمات المهنية وبرنامج أولياء الأمور وغيرها من المعلومات، وغيرها كثير من الصفحات. في الجانب الآخر تظهر بعض الصفحات ناقصة كصفحة مشروع تطوير الجامعة، الذي لا يفصل لخطوات المشروع ومراحلها، وصفحة التقارير السنوية للجامعة، الذي يتضمن التقارير السنوية من 2009 الى 2011، فقط، وصفحة البرنامج التأسيسي تتضمن بنقص في المعلومات الضرورية لصفحات البرامج التأسيسية كشروط القبول، ونتائج الامتحانات والمستندات المهمة والمقررات التي تطرح في هذا البرنامج وغيرها من المعلومات. كذلك في صفحة التعليم المستمر لا تتضمن سوى وصلات للتسجيل والتقييم فقط. بالإضافة الى صفحة مكتب البحث العلمي التي لا تستعرض البحوث العلمية التي تنشرها كما يفترض توفرها، وصفحة مركز المواد المتقدمة لا تتضمن أية وصلات داخلية وتقتصر على التعريف بالمركز فقط، كما لا تتوفر صفحة مركز قطر للدراسات المرورية، وصفحة إدارة خدمات تقنيات المعلومات.

يتضمن موقع جامعة الكويت بعض العناصر المستوفية لمعلوماتها، مثل صفحة عن الجامعة ونبذة تاريخيه، التي تتضمن معلومات عن تاريخ نشأة الجامعة ومرافقها والمراحل التي مرت بها والكادر الأكاديمي والطلاب وغيرها،

ورابط إحصائيات قطاع التخطيط تتضمن الإحصائيات الأعوام الأكاديمية الممتدة من 2000 الى 2013، ومشاريع قطاع التخطيط والإصدارات، و رابط صفحة دليل النظم واللوائح الأكاديمية التي تتضمن أدلة للوائح الشؤون الأكاديمية والمالية وشؤون الأبحاث والدراسات العليا والجوائز التقديرية والنشر العلمي وشؤون الطلبة. ويبدو في صفحة كلية الحقوق تضمن الكلية العديد من العناصر المتعلقة بها كالتعريف بالكلية والعمداء وإحصائيات الكلية والوحدات التي تتضمنها والأقسام العلمية والمناهج الدراسية وجمعية القانون وأرشيف المؤتمرات والأخبار التي أقامتها وغيرها من المعلومات، وأيضاً كلية التربية التي تتضمن معلومات مفصلة عنها، وكذلك الحال في الكليات الأخرى وغيرها كثير. على صعيد آخر، تظهر صفحات أخرى قليلة لا تستوفي مضامينها مثل رابط الخطة الإستراتيجية يتضمن نقطتين هما الرؤية ورسالة الجامعة دون العناصر الأخرى كالسياسات، وكلية العمارة، التي لا تحفل بمضامين مكتملة كالأقسام الأكاديمية وبرامجها الدراسية. كما توجد بعض الروابط الداخلية غير مكتملة مثل سياسات القبول باللغة الانجليزية، و رابط الخطط الاستراتيجية، أيضاً صفحة إدارة المشتريات تبدو غير مكتملة التصميم والعناصر، و صفحة موقع الإدارة الإلكتروني لا يعمل، والموقع الإلكتروني لإدارة الإنشاءات والصيانة لا يتوفر، و صفحة الموقع الإلكتروني للدراسات الاستراتيجية المستقبلية، و صفحة مركز التعليم عن بعد لا تقودان الى صفحات داخلية، و صفحة مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية قيد الإنشاء وغيرها العديد. من العرض السابق لعنصر كفاية المضمون، نخلص الى ما يلي:

1- تتسم كافة المواقع الستة بعدم الإستيفاء لمضامينها في بعض عناصرها، واكتمالها في عناصر أخرى، الى جانب وجود العديد من الوصلات والروابط التي لا تعمل أو لا تفتح أو وصلات ثابتة لا تقود الى معلومات أكثر في جميعها، وتتفاوت هذه المواقع بينها في هذا المجال.

2- بشكل عام يمكن القول أن الكثير من الصفحات بموقع جامعة الملك سعود يغلب عليها إستيفاء مضامينها وتضمنها العديد من المعلومات، وذلك لكبر حجم الموقع وتعدد صفحاته بالمقارنة مع المواقع الأخرى عينة الدراسة. وأيضاً في نفس الوقت تتوفر صفحات عديدة لا تقود الى معلومات أو روابط لا تعمل أو صفحات قيد الإنشاء. وتتصف العديد من الأجزاء والعناصر بموقع جامعة السلطان قابوس بعدم الاكتمال، والاقتصار على معلومات محدودة في بعضها، واكتمال البعض الآخر. كما يتسم موقع جامعة البحرين وجامعة الكويت بتوفر صفحات عديدة متضمنه للعناصر والمعلومات المفترض توافرها، كما ويلاحظ أيضاً وجود العديد من الوصلات التي لا تعمل أو لا تقود الى تشعبات داخلية لمزيد من المعلومات. في حين يعكس موقع جامعة الإمارات نوع من كفاية المضامين والمعلومات، الى جانب تميزه بندرة الوصلات التشعبية التي لا تعمل أو الصفحات التي لا تفتح. كما يمكن القول أن

أغلب الصفحات في موقع جامعة قطر تستوفي عناصرها ومعلوماتها بشكل جيد، إلا الصفحات القليلة التي سبق ذكرها.

3- نستخلص تميز موقع جامعة الإمارات في عرضه للمعلومات الى جانب تفعيل أغلب الوصلات، وأيضا موقع جامعة الملك سعود الذي يستعرض معلوماته بشكل جيد في أغلب اجزائه إلا أن المأخذ يكمن في أن هناك صفحات معينة لا تفتح أو روابط لا تعمل، الى جانب ذلك يعد موقع جامعة قطر من المواقع التي يندر فيها وجود صفحات لا تعمل.

5- الخدمات المقدمة

وتشمل الخدمات المقدمة اللغات الأخرى غير العربية، والبريد الإلكتروني، ومحركات البحث، والأرشفة والتوثيق، والخدمات الخاصة بكل موقع. تقدم جميع مواقع العينة الستة مضامينها باللغتين العربية والإنجليزية، دون اللغات الأخرى. والملاحظ في موقع جامعة الإمارات تقديم عناصر الموقع بأيقونتين متجاورتين لعرض العناصر والمضامين باللغة العربية واللغة الإنجليزية، أي لا توجد نسخ منفصلة للموقع لكل لغة على حده. بالإضافة الى عدم توفر نسخة اللغة العربية لأغلب الصفحات مثل صفحة عن الجامعة، وصفحات الكليات ككلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية، وكلية العلوم، وكلية الهندسة وغيرها ، وصفحات بعض المكاتب والأقسام مثل قسم نظم المعلومات وقسم الإعلام والاتصالات وغيرها كثير. الى جانب موقع جامعة قطر الذي لا يوفر بعض الصفحات باللغة العربية كصفحات الكليات وبعض المكاتب.

وتتوفر خدمة البريد الإلكتروني لجميع المواقع، والتي تخدم الطلاب والهيئة الأكاديمية والعاملين بهذه الجامعات. وفي جانب توفر محركات البحث، يتوفر لجميعها محركات للبحث عن المعلومات داخل هذه المواقع، إلا أن بعضها لا يعمل مثل محرك بحث جامعة السلطان قابوس، وجامعة البحرين، والبحث في موقع جامعة الملك سعود لا يزال قيد التطوير خلال مدة الدراسة هذه، كما يلاحظ في موقع جامعة الملك سعود توفر محركات بحث داخلية للعديد من الصفحات الداخلية، وبعضها يعمل والعديد منها لا يعمل مثل صفحة مستشفى الملك خالد الجامعي، وصفحة كلية اللغات والترجمة (الوصلة ثابتة)، وصفحة المركز الوطني لأبحاث الشباب، وصفحة معهد الأمير سلطان لأبحاث التقنيات المتقدمة، وصفحة برنامج زمالة عالم، وغيرها كثير.

وفي جانب الأرشفة والتوثيق يوثق موقع جامعة السلطان قابوس أرشفة لتطور أعداد طلبة الدبلوم العالي والباكالوريوس والماجستير والدكتوراة، خلال السنوات من 1990 الى 2007. وأرشفة لبعض إصدارات كلية الآداب

والعلوم الاجتماعية، وكلية التربية، والمؤتمرات التي تنظمها، والتقارير السنوية. وتوثيق لمؤتمرات كلية الحقوق وأعداد الطلاب المنظمين إليها. أيضا مطبوعات البرنامج التأسيسي، وأرشفة أخبار عمادة الدراسات العليا، وتوثيق لمطبوعات وإصدارات البحث العلمي من مجلات وكتب وبحوث علمية وغيرها، وتوثيق لنشرات مركز نظام المعلومات، وإصدارات دائرة العلاقات العامة والإعلام وغيرها.

وتتوفر خدمة الأرشفة والتوثيق للعديد من الصفحات الداخلية لموقع جامعة الملك سعود وهي أرشيف أخبار الأوقاف، وملف صحفي يوثق للمواضيع والأخبار لمعهد اللغويات العربية في الصحافة السعودية وفي الموقع الإلكتروني ذاته، أيضا توثيق للشخصيات التي زارت كلية اللغات والترجمة وما كتب عنها، وملف إعلامي يوثق لكل ما نشر عن مركز الدراسات الجامعية للبنات، ومركز أقسام العلوم والدراسات الطبية، وصفحة المركز الوطني لأبحاث الشباب في الإعلام المحلي السعودي، كما وتوثق لكم كبير من المخطوطات في مختلف المجالات والتي بلغت 11 ألف مخطوطة، وغيرها العديد من الصفحات التي توفر هذه الخدمة.

يتمثل التوثيق في موقع جامعة البحرين بأرشفة الأخبار والإعلانات والصور للجامعة ككل خلال السنوات المختلفة. وتتضمن صفحات قليلة على أرشفة وتوثيق ويمكن حصرها في أرشفة لأخبار كلية التعليم التطبيقي وكلية الهندسة، والأبحاث العلمية التي أجرتها الأخيرة. وأرشفة لعناوين الإصدارات العلمية لكلية البحرين للمعلمين. أيضا توثيق لعناوين الإصدارات والنشرات التي تنتجها عمادة البحث العلمي من كتب ورسائل وغيرها. كما يوثق نادي الخريجين للقصاصات والأخبار التي نشرت عن النادي الى جانب توثيق الأحداث باليوم صور. وعناوين التقارير التي أعدتها وحدة الدراسات المؤسسية ودعم القرار، وتوثيق لأهم إنجازات مركز تقنية المعلومات وبعض الإحصائيات، لا غير.

يوثق موقع جامعة الإمارات التقارير السنوية للجامعة لعدة سنوات، وأيضا توثيق لمجلة الرواد، كما تتضمن أرشفة لتطور أعداد الطلبة المنتسبين لجامعة الإمارات، وإحصائيات الكتاب السنوي، وإحصائيات المخرجات والمؤهلات للجامعة والكتب والمنشورات والمؤتمرات والجوائز والتكريم التي حصلت عليها الجامعة وغيرها. أضيف الى ذلك، أرشفة لأخبار مركز تقنيات التعليم لسنوات عدة، وتقاريرها السنوية والنشرات. وأرشفة مجلة سكني، بالإضافة الى بعض صفحات الكليات وما توقعه مثل توثيق للبحوث العلمية لكلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية، وغيرها من الكليات والصفحات.

يتضمن موقع جامعة قطر على غرفة للأخبار توثق للأخبار والفعاليات وألبوم صور للجامعة، كما يتضمن توثيق لإصدارات الجامعة من المنشورات والمجلات والبرامج الإذاعية وغيرها. وتوثق لنشرة شؤون الطلاب، إلى جانب تغطية لما نشر عن برنامج التميز الأكاديمي في الصحافة المحلية القطرية، والنشرات السنوية التي تصدرها، ومعرض للصور. وتوثيق للكتيبات التي تنشر عن مركز الدراسات البيئية، كما يحتوي الملف الإعلامي في صفحة معهد البحوث الاجتماعية والاقتصادية المسحية على كافة ما نشر عن المعهد في الصحافة المحلية. فضلاً عن استعراض المنشورات التينفذها أعضاء هيئة التدريس بكلية الأعمال والاقتصاد. وكذلك أرشيف للأخبار والإعلانات والفعاليات التي تنشر عن كلية الصيدلة، وغيرها من الصفحات.

ويمكن رصد التوثيق والأرشفة في موقع جامعة الكويت من خلال توثيق بعض الأبحاث الصادرة من الجامعة، إلى جانب بعض النشرات والإصدارات. كما تتوفر أرشفة للإحصائيات المتعلقة بالطلاب والهيئة الأكاديمية والعمالة. وأرشيف للمؤتمرات والمناسبات وصور المحكمة التدريبية لكلية الحقوق. وتوثيق لمؤتمرات كلية الصيدلة وأحداثها، وتشمل عملية التوثيق ملفاً صحفياً لما نشر عن عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر في الصحافة المحلية الكويتية، وأرشيف للإعلانات، والتوثيق بالصور والمعلومات للمدراء الذين تولوا إدارة الجامعة في فترات سابقة مختلفة. ولا يشمل الموقع على مضامين أرشفة وتوثيق غير ذلك.

وأخيراً، على صعيد الخدمات الخاصة التي تقدمها هذه المواقع كافة، ترى الباحثة أنه لا يوجد بمواقع عينة الدراسة ما يستحق الذكر أو التفرد، باستثناء موقع جامعة الملك سعود الذي يحفل بالعديد من الخدمات التي يتفرد بها عن غيره من المواقع. من أمثلتها خريطة الجامعة وتتضمن خريطة ثلاثية الأبعاد تعطي صورة واضحة للحرم الجامعي ومكوناته والأماكن التي تتواجد بها، والجولة الافتراضية والمخطط العام للمدينة الجامعية وغيرها. بالإضافة إلى الإعلام الإلكتروني للجامعة الذي يشمل على العديد من الخدمات التي أنتجتها جامعة الملك سعود، كخدمات شاشة وفخر الجامعة وتواصل والبيئة التدوينية وخدمة القرآن الكريم وغيرها. كذلك الخدمات المقدمة ضمن المخطوطات التي توفر خدمة البحث عن المخطوطات الموثقة بالموقع، والحاوية العلمية وغيرها. أضف إلى ما تم ذكره أنفاً، الخدمات الخاصة بالطلاب والهيئة التدريسية بالجامعة والتي تبلغ 37 خدمة، منها على سبيل المثال لا الحصر مواقع أعضاء هيئة التدريس، ومنشئ النماذج، والاستعلام الإلكتروني للمعاملات وغيرها.

وتتضمن بعض الصفحات الداخلية خدمات متفردة، كخدمة استفسار عن معاملة في صفحة مكتب رئيس الجامعة، وخدمات الكترونية للموظفين والمراجعين بصفحة مستشفى الملك عبدالعزيز الجامعي، وصفحة كلية الصيدلة تضم خدمات إلكترونية خاصة بالصفحة وهي ملفات ونظام التعاميم والنماذج الإلكترونية، وصفحة كلية الطب

والمستشفيات الجامعية تقدم خدمة الإستعلام عن المواعيد، وصفحة كلية الحقوق والعلوم السياسية تتضمن منتدى لطلاب الكلية، ووصلات لمختلف الصحف السعودية، وغيرها من الخدمات.

وفي نهاية هذا العرض يمكن استخلاص ما يأتي:

- 1- تستخدم مواقع عينة الدراسة اللغتين العربية والإنجليزية، ولا تستخدم لغات أخرى إضافية.
- 2- يغلب استخدام اللغة الانجليزية في موقع جامعة الإمارات، ومحدودية الصفحات التي تترجم الى اللغة العربية. الى جانب اعتماد الموقع على وجود أيقونتين للغتين في كل عنصر يمثل صعوبة أكبر في تصفح المضامين بدل توفر نسختين منفصلتين للموقع. وأيضاً موقع جامعة قطر لا يوفر بعض صفحاته باللغة العربية.
- 3- تتوفر خدمة البريد الإلكتروني لجميع المواقع، الى جانب فعالية محركات البحث لبعض المواقع فقط وهي مواقع جامعات قطر والإمارات والكويت، في حين أن البقية لا تعمل، كما أن محركات البحث الداخلية للعديد من الصفحات لموقع جامعة الملك سعود، معظمها لا يعمل.
- 4- تشمل بعض المواقع على خدمات محدودة لأرشفة وتوثيق لبعض العناصر والمضامين مثل موقع جامعة الكويت وجامعة البحرين، وتوثيق جيد نسبي لمواقع جامعات قطر والإمارات والسلطان قابوس، إلا أن موقع جامعة الملك سعود يبرز من بين المواقع الأخرى لكثرة الصفحات التي توفر هذه الخدمة عن غيرها. وفي نفس السياق يبرز موقع جامعة الملك سعود كموقع يتفرد بعرض خدمات خاصة كثيرة لا تتوفر في المواقع الأخرى.

ثالثاً/ الإستراتيجيات الاتصالية لرولر

1- إستراتيجية الإعلام

تعد كافة المعلومات التي تتضمنها المواقع، بمثابة استراتيجية اعلامية، تتوجه من مواقع الجامعات الى الزائرين والمستخدمين لها. حيث تتوفر معلومات متعددة في مجالات مختلفة كالمعلومات الإستراتيجية التي تعبر عن رؤى المؤسسة مثل الرؤية والرسالة والقيم والمبادئ والغايات وغيرها، والمعلومات ذات الطبيعة التنظيمية والقانونية كالقيادات والهياكل التنظيمية والأنظمة واللوائح والمعاهدات وغيرها، الى جانب المعلومات المتعلقة بإنجازات هذه الجامعات وفعاليتها وأحداثها وأخبارها ومشاريعها وغيرها. بالإضافة الى المعلومات الخدمية التي تعرّف بالجامعات واختصاصاتها والخدمات التي تقدمها وغيرها. وبطبيعته الحال تتباين هذه المواقع في احتواءها للمعلومات، حيث

تكتمل في بعض أجزاءها، وليس كذلك في أجزاء أخرى. وأيضاً تتباين فيما بينها في استعراض هذه المعلومات بين مواقع تتضمن معلومات أكثر حول المواضيع المختلفة، ومواقع أخرى تعاني نقص في بعض الأجزاء أو عدم توفرها.

2- إستراتيجية الإقناع والتفسير

تتمثل إستراتيجية الإقناع والتفسير في عرض الآراء أو القضايا أو تفسير المواقف والسياسات، أو جميعها معاً في الوقت ذاته، والتي تعكس وجهة نظر هذه الجامعات من خلال مضمون اتصالي يعبر عن رؤاها ورؤى المستخدمين أو المتعاملين معها. تتضمن بعض المنشورات للمواقع الستة عرضاً للآراء الفردية في شكل مقالات وأعمدة رأي، وأيضاً تحقيقات صحفية تستعرض قضايا تتعلق بمحيط الجامعات والمشاكل التي تواجهها، ووجهه نظر الطرفين وهم القائمين على هذه الوسائل الإعلامية، والطلاب والهيئة الأكاديمية والموظفين. ويلاحظ اختفاء حالات تفسير المواقف أو السياسات التي تنتهجها الجامعات، إلى جانب عدم توفر حالات لتفسير مواقف معينة وتضمنها عرض لقضايا في الوقت نفسه.

3- إستراتيجية بناء الإجماع

تعد إستراتيجية بناء الإجماع الأقل توفراً بمواقع العينة كافة، وتظهر بشكل محدود في موقع جامعة الملك سعود من خلال طرح بعض الاستفتاءات عبر الموقع بين الفترات المختلفة، كقضية شفافية التعامل مع الأخبار بموقع جامعة الملك سعود وغيرها، ولكنها لا تظهر وجهات نظر الطرف الآخر فقط تتيح المشاركة بنعم أو لا، كما أنها تقتصر في استعراض نتائج الاستفتاء للمنتمين للجامعة فقط، وأيضاً صندوق للاقتراحات والشكاوى. كذلك الحال في موقع جامعة السلطان قابوس الذي يطرح سياسة واحدة فقط تستقصى عبر بريد إلكتروني وهي مبادرة للتطوير الإداري والمالي للجامعة، واختيار أفضل ثلاثة اقتراحات وتكريم فائزها، بدون استعراض كافة الاقتراحات على الجمهور، وهي في مجملها لا تصل إلى بناء إجماع حول هذه الآراء أو القضايا والسياسات. وتختفي هذه الإستراتيجية في مواقع جامعة البحرين وجامعة الكويت وجامعة قطر وجامعة الإمارات.

4- إستراتيجية الحوار

يلاحظ إستفادة المواقع كافة من إمكانيات الإنترنت التفاعلية والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي التي تحقق تواصل أكبر بين الموقع والمستخدمين، مع تفاوت هذه المواقع الإلكترونية في اعتمادها على الشبكات الاجتماعية بين الاستخدام المحدود مثل مواقع جامعة السلطان قابوس صفحة في الفيس بوك فقط، وجامعة الكويت صفحة في الفيس

بوك وتويتر، والاستخدام المتعدد مثل مواقع جامعة قطر وصفحاتها على الفيس بوك وتويتر ولينكد إن وجوجل بلس وفليكر وانستجرام وفوركسيور وصفحة الجامعة على اليوتيوب، وجامعة الملك سعود تتوفر لها صفحات على كل من فيس بوك وتويتر وجوجل بلس ويوتيوب وتاور، في حين توفر مواقع جامعة البحرين صفحة على الفيس بوك وتويتر والإنستجرام واليوتيوب، وجامعة الامارات توفر صفحات في كل من فيس بوك وتويتر ولينكد إن وصفحة للجامعة على اليوتيوب. كما لا تتوفر برامج للمحادثة الفورية أو الدردشة في كافة مواقع العينة، ويقتصر توفر المنتديات بموقع جامعة الملك سعود فقط. هنا يمكن القول من خلال تتبع هذه الصفحات أنها لا تعكس حوارية بقدر ما هي إخبارية تستعرض أخبارها وأحداثها وفعالياتها وبعض نشراتها التي تصدرها في محيطها وغيرها، لذلك يبدو جلياً أن استخدام هذه المنافذ يقتصر على الجانب الإعلامي من هذه الجامعات باتجاه الزائرين لها، خاصة مع ملاحظة الباحثة عدم توفر ردود وحوار من قبل القائمين على هذه الصفحات على ما يتم التعليق عليه من قبل المستخدمين والزائرين.

الفصل الخامس

خلاصة

استنتاجات وتوصيات

في هذا الجزء تعرض الدراسة لأهم الاستنتاجات في صورة نقاط للقوة والضعف وتوصيات مقترحة لتجويد هذه المواقع.

الإطار الشكلي

موقع جامعة السلطان قابوس

نقاط القوة

- يتسم الموقع بالبساطة المنشودة التي لا تطنى على المضمون المقدم، وبشكل عام تتضمن الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية عناصر وأجزاء متحركة وثابتة محدودة لا تشتت الانتباه، أو تصرف النظر عن المحتوى.
- يظهر الموقع ضمن الخيارات البحثية الأولى لمحركات بحث متعددة.
- يتضمن الموقع خريطة شاملة لمحتويات الموقع تسهل التعرف على مضامينه بسرعه، وتستعرض الصفحات الداخلية بطريقة رأسية تسهل التصفح، كما أن مدة التحميل للموقع قصيرة نسبيا. الى جانب تراتبية وانتظام العناصر بشكل مرضي ومتسلسل تحت مسميات واضحة كالوحدات الإدارية والمراكز البحثية والخدمية وغيرها. وأيضا توفر روابط التنقل والألفاظ واضحة ومفهومة.
- تتميز كافة الخطوط المستخدمة بالوضوح وسهولة القراءة، على الرغم من اختلافها.
- يتسم الموقع بتنوع متوسط في محتواه بين الأخبار والإعلانات وبعض الاستفتاءات والخطابات والنشرات.
- يحقق الموقع درجة عالية بالنسبة لوضوح عناصر الصفحة التوبوغرافية (المتن، والصور والرسوم، والمساحات البيضاء)، وبذلك يحقق عنصر القارئية.

- يستعرض الموقع بدرجة توازن جيدة المحتويات والتصميم لمختلف الصفحات.

- يستند الموقع الى عناصر تصميم جيدة نسبياً، بما يحقق جاذبية نسبية استناداً الى عناصر التصميم والصور والأشكال.

نقاط الضعف

- لا يتيح الموقع فرص كثيرة للتفاعل معه من قبل الزائر أو المستخدم أو الباحث. حيث تقتصر صفحات التواصل الاجتماعي على صفحة واحدة في الفيس بوك، الى جانب محرك البحث الذي لا يعمل. وبذلك يعد من أوائل مواقع العينة بمحدودية إمكانية التفاعل معها.

- يعتمد الموقع الاستعراض الأفقي للصفحة الرئيسية، والذي يشكل نوعاً ما صعوبة في سهولة التصفح. ومدة التحميل تستغرق وقتاً أطول من مواقع أخرى في هذه الدراسة.

- ليس للموقع هوية واحدة توحى بوحدته، حيث تتشابه بعض الصفحات مع بعضها في حين تأخذ صفحات أخرى شكلاً آخر خاصاً بها، وتتسق أخرى مع الصفحة الرئيسية. وهذا لا يقود الى وحدة الموقع وتمييزه عن غيره. أيضاً لا تتوحد الخطوط المستخدمة في الموقع كافة، حيث تزيد عن الأربعة أنواع من الخطوط لمختلف الصفحات.

- لا يحقق الموقع جاذبية استناداً الى وحدة الألوان واتساقها في صفحات الموقع كافة، الى جانب قلة الصور والأشكال المتحركة.

موقع جامعة الملك سعود

نقاط القوة

- يتسم الموقع بالبساطة في بعض الصفحات الداخلية، حيث لا تزدحم بالعناصر الثابتة والمتحركة.

- تمثل سهولة الوصول الى الموقع عبر عدة محركات أحد المميزات له، الى جانب ثراء الموقع بالتفاعلية حيث يحتوي على خمسة وسائل للتواصل منها الشبكات الاجتماعية، ومميزات أخرى كالتعليق على الموضوعات المتاحة والمنتديات والمدونات، والتي لا تتوفر بالمواقع الأخرى عينة الدراسة.

- يشتمل على خرائط جغرافية لموقع الجامعة، الى جانب خرائط الجولة الافتراضية للحرم الجامعي، ولا تتوفر هذه الميزة الأخيرة بأي من المواقع الأخرى، كما يعتمد الاستعراض الرأسي في بعض الصفحات، الى جانب أجزاء من الصفحة الرئيسية. وتعد مدة التحميل من أقصر الفترات من بين مواقع العينة، مع إنتظام عناصر الموقع بشكل جزئي وسهولة المصطلحات المستخدمة وتوفر روابط التنقل. وهي في مجملها تقود الى سهولة تصفح.
- يتسم الموقع بالوحدة في التصميم في بعض الصفحات التي تتوحد مع الصفحة الرئيسية، أو تتوحد مع صفحات أخرى بتصميمات خاصة بها. كما تستخدم خطوط معروفة ومدعومة.
- يتميز الموقع بتنوع جيد في محتواه الذي يتنوع بين استطلاعات للرأي وأخبار ومدونات وبث مباشر وغيرها العديد.
- يحقق الموقع عناصر القارئية وهي المتن والصور والرسوم والمساحات البيضاء.
- يأتي الموقع في المرتبة الأولى من حيث الأكثر جاذبية من بين المواقع الأخرى باعتماده عناصر التصميم الحديث.

نقاط الضعف

- يبتعد الموقع عن البساطة نوعاً ما بسبب استعراض العديد من العناصر على الصفحة الرئيسية، وكذلك بعض الصفحات الداخلية.
- لا تتوفر خريطة تستعرض مكونات الموقع، ويعتمد الإستعراض الأفقي في العديد من الصفحات، الى جانب الخلل في انتظام العناصر وترتيبها بطريقة منطقية في بعض أجزاء الموقع، وعدم توفر أيقونة للرجوع للصفحة الرئيسية.
- لا تتحقق الوحدة في كافة صفحات الموقع لفرد بعض الصفحات بتصميمات خاصة بها. بالإضافة الى اعتماد الموقع أكثر من خط في الصفحة الواحدة، واختلاف الخطوط أيضاً بين الصفحات.
- يختل توازن الموقع لوجود عناصر كبيرة نسبياً، وعناصر غير مرئية، وبعض الألوان الداكنة جداً مقارنة بغيرها.

موقع جامعة البحرين

نقاط القوة

- يتسم الموقع بالبساطة في الصفحات الداخلية.

- إمكانية الوصول الى الموقع من خلال كافة المحركات البحثية، وفعالية محرك البحث الداخلي، الى جانب توفر أربع صفحات للموقع على الشبكات الاجتماعية للتواصل.

- اعتماد الاستعراض الرأسي في الصفحات الداخلية، وسرعه تحميل الموقع النسبية، ويعد الموقع من أكثر المواقع تراتبية وانتظام في استعراض عناصره، وسهولة مصطلحاته مع توفر روابط التنقل الفرعية، والذي يمثل في مجمله سهولة تصفح.

- يتميز الموقع بالاتساق العام في كافة الصفحات. كما يتصف بالتوحد النسبي في استخدام الخطوط بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية، واعتماد خطوط معروفة، وبذلك يعد في مقدمة المواقع التي تحقق الاتساق.

- يحقق الموقع عناصر القارية وهي المتن والصور والرسوم والمساحات البيضاء.

- يتصف الموقع بتحقيق درجه جيده في التوازن العام للموقع.

نقاط الضعف

- يعد الموقع أبرز مواقع عينة الدراسة التي تزدهم بعرض العديد من العناصر على الصفحة الرئيسية، مما يجعلها بعيدة عن البساطة.

- ضعف إمكانية التفاعل مع الموقع وذلك لعدم توفر منتديات أو خدمات تفاعلية كالتعليق على الموضوعات.

- لا تتوفر خريطة لمحتويات الموقع، واعتماد الاستعراض الأفقي في الصفحة الرئيسية، وبطء كبير في التجول داخل الموقع وصعوبة في فتح الصفحات والروابط.

- يتصف الموقع بالضعف في التنوع واعتماده على الأخبار والاعلانات بشكل رئيسي.

- يعد الموقع الأكثر تقليدية وبعده عن عناصر التصميم الحديث، وبذلك لا يحقق جاذبية.

موقع جامعة الإمارات

نقاط القوة

- يتسم بالبساطة نوعاً ما بشكل عام في مختلف الصفحات.

- الوصول مباشرة للموقع من خلال محركات البحث، الى جانب توفر أربع وسائل اجتماعية للتواصل، وأيضا فعالية محرك البحث الداخلي للموقع.
- يوفر خريطة لمحتويات الموقع، وخريطة جغرافية أيضا. واستخدام الاستعراض الرأسي في الصفحات الداخلية، ومدة التحميل هي الأقصر من بين المواقع الأخرى، مع سهولة المصطلحات وتوفر الروابط التنقلية.
- يتفرد الموقع بالاتساق والتناغم في جميع صفحاته، الى جانب توحيد الخطوط في كافة الموقع.
- يحقق الموقع عناصر القارئية وهي المتن والصور والرسوم والمساحات البيضاء.
- يتسم الموقع بجاذبية نسبية باعتماد عناصر التصميم المراعي لجذب الإنتباه.

نقاط الضعف

- تكرر العديد من العناصر المتشابهة في ذات الصفحة الرئيسية. كما لا توجد أولوية في ترتيب العناصر الأكثر أهمية ثم الأقل أهمية، أو بمعنى آخر لا تنتظم بشكل منطقي. الى جانب الأخبار التي تحوز على مساحة كبيرة من الصفحة الرئيسية.
- تقتصر إمكانية التفاعل مع الموقع بتوفر الشبكات الاجتماعية، ولا تتوفر الإمكانيات التفاعلية الأخرى كالمنتديات.
- اعتماد الموقع الاستعراض الأفقي في بعض أجزاء الصفحة الرئيسية.
- يطغى على الموقع استخدام الأخبار والوسائط المتعددة كتنوع في المحتوى، دون الوسائل الأخرى.
- لا يحقق الموقع التوازن بصورة جيدة لوجود عناصر باهتة اللون، كما تأخذ بعض العناصر مساحات أكبر من العناصر الأخرى خاصة في الصفحة الرئيسية.

موقع جامعة قطر

نقاط القوة

- يتسم الموقع بالبساطة في الكثير من صفحاته.

- يظهر الموقع في قائمة النتائج البحثية لمختلف المحركات البحثية، بالإضافة الى فعالية محرك الموقع البحثي، وتوفر ثمان وسائل تفاعلية للموقع على الشبكات الاجتماعية، وهو الرقم الأعلى من بين المواقع الأخرى.
- توفر خريطة لمحتويات الموقع وخريطة جغرافية، وتستعرض الصفحات الداخلية بطريقة رأسية، ومدة التحميل قصيرة نسبياً، وانتظام نسبي للعناصر والمحتويات، الى جانب ألفة المفردات بالموقع، ووجود روابط تنقل.
- يتصف الموقع بالاتساق في كثير من اجزائه، الى جانب الاتساق في الخطوط المعتمدة.
- يشتمل الموقع على تنوع جيد في مضامينه بين الوسائط المتعددة والأخبار والنشرات والتغطيات الصحفية وغيرها.
- يحقق الموقع عناصر القارية وهي المتن والصور والرسوم والمساحات البيضاء.
- يتميز الموقع بجاذبية جيدة تجذب الأنظار إليه، وتراعي عناصر التصميم الحديث.

نقاط الضعف

- يبتعد الموقع عن البساطة لإزدحام بعض الصفحات بالعديد من العناصر ومنها الصفحة الرئيسية.
- تقتصر إمكانية التفاعل مع الموقع بتوفر الشبكات الاجتماعية فقط، ولا تتوفر تفاعلية بأشكال أخرى كالمنتديات.
- تستعرض الصفحة الرئيسية بطريقة أفقية، عدم الانتظام الجزئي في عرض بعض العناصر في الموقع.
- يختل توازن الموقع بسبب وجود بعض العناصر الكبيرة الحجم بالمقارنة مع العناصر الأخرى، وامتداد بعض الأجزاء بشكل واسع.

موقع جامعة الكويت

نقاط القوة

- يعد الموقع بسيطاً نسبياً بشكل عام في مختلف الصفحات.
- الوصول الى الموقع مباشرة من خلال محركات البحث، وفعالية محرك البحث الداخلي.

- توفر خريطة لمحتويات وعناصر الموقع، مع إنتظام نسبي للعناصر والأجزاء. الى جانب وضوح اللغة المستخدمة وتوفر روابط التنقل.

- تتصف بعض الصفحات الداخلية للموقع بالإنساق مع الصفحة الرئيسية.

- يحقق الموقع عناصر القارية وهي المتن والصور والرسوم والمساحات البيضاء.

نقاط الضعف

- ضعف إمكانية التفاعل مع الموقع وذلك لعدم توفر منتديات أو خدمات تفاعلية كالتعليق على الموضوعات، وتوفر صفتين فقط للتفاعل على صفحات الشبكات الاجتماعية.

- يعد الموقع الأطول في مدة التحميل من بين المواقع الأخرى حيث تتجاوز 34 ثانية، وعدم وضوح نسبي أيضا لتوزيع محتويات الموقع بشكل تسلسلي.

- لا يحقق الموقع الاتساق في العديد من الصفحات لاختلافها مع الشكل العام للصفحة الرئيسية، الى جانب التباين الشديد في الخطوط المستخدمة في الموقع كافة.

- لا يعتمد الموقع على الكثير من التنوع في عرض محتواه، حيث يستخدم الأخبار والصور ووسائل أخرى محدودة.

- يختل توازن الموقع بوجود بعض العناصر الكبيرة والمرئية بالمقارنة مع الأخريات، الى جانب تفاوت الألوان المستخدمة بين الباهت جداً والداكن جداً.

- لا يحقق الموقع أيه جاذبية لبعده عن التصميمات الحديثة، واعتماده عناصر التصميم القديمة والتقليدية.

إطار المضامين

موقع جامعة السلطان قابوس

نقاط القوة

- يتضمن الموقع معلومات مناسبة في مجال التعليم والتعلم، أيضا مضامين البحث العلمي تستعرض بطريقة جيدة.

- تتوافر الأنماط الاتصالية بالموقع بشكل جيد نسبي.

- تتوفر الأرشفة بشكل جيد نسبياً.

نقاط الضعف

- تتوفر مضامين البحث العلمي ضمن عمادة البحث العلمي والأنشطة البحثية، ولا تتوفر هذه الأنشطة للصفحات الأخرى كالكليات. وندرة في مضامين خدمة المجتمع.

- لا يحفل الموقع بعناصر عديدة للقوانين والسياسات، الى جانب نقص في بعض الإستراتيجيات للجامعة وللصفحات والتي تعبر عن مجالات المضمون.

- تتوافر الأنماط الاتصالية بالموقع ضمن النشرات التي تنتجها الجامعة، ولا تتوفر للموقع ذاته.

- يغلب على العديد من عناصر وصفحات الموقع عدم الإستيفاء لمضامينها، الى جانب الوصلات التي لا تعمل والصفحات غير المكتملة.

- عدم فعالية محرك البحث بالموقع، كما لا تتوفر خدمات خاصة بالموقع تستحق الذكر.

موقع جامعة الملك سعود

نقاط القوة

- يعد الموقع الأبرز الذي يتضمن معلومات عديدة ومتكاملة لمضامين التعليم والتعلم في أغلب صفحاته، وأيضاً تتوفر مضامين البحث العلمي بشكل متميز في مختلف أجزاء الموقع، الى جانب تفرد الموقع بمضامين خدمة المجتمع المتعددة نسبياً.

- يتضمن الموقع العديد من عناصر القوانين والسياسات والإستراتيجيات أيضاً في أغلب الصفحات ضمن مجالات المضمون.

- يتفرد الموقع باستخدامه أنواع مختلفة ومتعددة للأنماط الاتصالية كالوسائط والبث المباشر والأخبار والإعلانات واستطلاعات الرأي وغيرها، لا يتوافر بعضها بالمواقع الأخرى عينة الدراسة.

- يغلب على الموقع إستيفاء مضامينه بطريقة جيدة.

- يوفر الأرشفة والتوثيق في أجزاء كثيرة، كما يتميز الموقع بتوفيره خدمات خاصة به لا تتوفر بالمواقع الأخرى.

نقاط الضعف

- يتوفر بالموقع العديد من الروابط والصفحات التي لا تعمل أو لا تقود الى معلومات، أو وصلات ثابتة.
- محرك البحث بالموقع غير مفعّل منذ فترة طويلة، وأيضا محركات البحث الداخلية الخاصة ببعض الصفحات لا تعمل.

موقع جامعة البحرين

نقاط القوة

- تتضمن بعض الصفحات معلومات كافية نسبياً.
- يمكن القول أن الموقع يتضمن العناصر المفترض توفرها بشكل جيد نسبياً.

نقاط الضعف

- يعد الموقع الأقل في إحتواء مضامين التعليم والتعلم، الى جانب عرض عناوين للأنشطة البحثية دون توفرها كاملة، مع القصور أيضا في مضامين خدمة المجتمع.
- يعكس الموقع قلة في أنواع المضامين، وهي القوانين والسياسات، الى جانب النقص في الإستراتيجيات.
- لا تتوفر العديد من الأنماط الاتصالية بالموقع وتقتصر على أنماط محدودة كالأخبار وضمن ماتنتجه صحافة الجامعة، وليست للموقع بنفسه.
- يشتمل الموقع على العديد من الوصلات التي لا تعمل أو أيقونات ثابتة وغيرها.
- تتوفر خدمات الأرشفة والتوثيق بشكل قليل، وعدم فعالية محرك البحث بالموقع، الى جانب محدودية الخدمات المقدمة.

موقع جامعة الإمارات

نقاط القوة

- يعبر الموقع نوع من كفاية المضامين لأجزائه المختلفة، الى جانب تميزه بندرة الوصلات التي لا تعمل أو الصفحات الغير مكتملة.

- يتضمن الموقع توثيق جيد نسبي للعديد من الأجزاء.

نقاط الضعف

- يفتقر الموقع الى العديد من العناصر المهمة لمضامين التعليم والتعلم، وأيضاً لا يوفر البحوث العلمية ويقتصر على عرض الملخصات البحثية في بعض اجزائه، الى جانب النقص في مضامين خدمة المجتمع.

- لا يتضمن الموقع الكثير في أنواع المضامين وهي القوانين والسياسات والإستراتيجيات.

- يتضمن الموقع أنماط اتصالية محدودة يغلب عليها الأخبار والوسائط المتعددة دون الأنماط الأخرى، الى جانب أن هذه الأنماط المستخدمة هي ضمن نشراتها وليست للموقع ذاته.

- لا يوجد للموقع نسختين منفصلتين للغة العربية واللغة الإنجليزية المستخدمتان في الموقع. كما لا تتوفر العديد من الصفحات باللغة العربية وتقتصر على اللغة الإنجليزية فقط.

- يعكس الموقع ندرة في الخدمات الخاصة التي يمكن أن يقدمها الموقع للمستخدم أو الزائر.

موقع جامعة قطر

نقاط القوة

- يتضمن الموقع أنماط اتصالية متعددة نسبياً.

- يستوفي الموقع مضامينه المفترض توافرها بشكل جيد نسبياً، وقلة الوصلات التي لا تعمل أو الصفحات التي لا تكتمل.

- تتوفر الأرشفة والتوثيق بشكل جيد نسبياً.

نقاط الضعف

- يفتقر الموقع الى العديد من العناصر المهمة لمضامين التعليم والتعلم، الى جانب عرض عناوين للأنشطة البحثية دون توفرها كاملة، وقصور في مضامين خدمة المجتمع.
- يعاني الموقع نقصاً في معلومات القوانين والسياسات وأيضاً لا تتوفر كافة الإستراتيجيات لكل الصفحات.
- لا تتوفر أنماط اتصالية خاصة بالموقع نفسه، أي أنتجت ضمن ما تنتجه الجامعة من إصدارات.
- لا تتوفر بعض الصفحات باللغة العربية وتقتصر على اللغة الإنجليزية فقط.
- لا يوجد بالموقع خدمات خاصة به تستحق الإشادة بها.

موقع جامعة الكويت

نقاط القوة

- يتضمن الموقع عناصر البحث العلمي بدرجة مناسبة.
- يستوفي الموقع عناصره ومحتوياته بشكل جيد نسبي في كثير من أجزاءه.

نقاط الضعف

- يفتقر الموقع لبعض العناصر المهمة لمضامين التعليم والتعلم، الى جانب قصور في مضامين خدمة المجتمع.
- لا تتوافر للعديد من الصفحات المعلومات القانونية وسياساتها، كما لا تتوفر كافة الإستراتيجيات.
- تتوفر الأنماط الاتصالية في الموقع بشكل محدود، ولا تتوفر أنماط اتصالية أنتجت من أجل الموقع ذاته، أي خارج إطار نشراتها.
- يتضمن الموقع العديد من الصفحات والوصلات والأيقونات التي لا تعمل أو غير مكتملة.
- محدودية خدمات الأرشفة والتوثيق بالموقع كافة، كما لا يتضمن الموقع خدمات متعددة أو خاصة يتفرد بها عن غيره.

الإستراتيجيات:

- تتضمن كافة المواقع إستراتيجية الإعلام، والمتعلقة بكافة المعلومات التي تستعرض وتعرف الزائر أو المستخدم بالمؤسسة التابع لها. وتتباين كمية المعلومات وأنواعها ومجالاتها، بين مواقع العينة حسب ما وضعه تحليل إطار المضمون السابق.

- تمثلت إستراتيجية الإقناع والتفسير في بعض الآراء والتحقيقات وأعمدة الرأي والمقالات الفردية في منشورات وإصدارات الجامعات. ولم تتضمن تفسيراً لمواقف أو سياسات معينة، كما لم تتوفر حالات لتفسير المواقف وعرض قضايا في نفس الوقت.

- تعد إستراتيجية بناء الإجماع من الإستراتيجيات التي يندر إعتادها في المواقع عينة الدراسة، وفي الحالات القليلة النادرة بموقع جامعتي الملك سعود والسلطان قابوس لا تصل في مجملها الى بناء إجماع حول تلك القضايا أو السياسات.

- لا تعبر المواقع كافة عن حالة حوارية بين الجامعات والمنتسبين لها، على الرغم من الاستخدام المتعدد للقدرات التفاعلية للإنترنت والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها. حيث اقتصر استخدام هذه الوسائل في عملية الإعلام والإخبار عن الفعاليات والأحداث والإعلانات وغيرها دون طرح القضايا المهمة لهذه المؤسسات. وضعف القائمين عليها في عملية الرد والتفاعل مع التعليقات والمشاركات.

توصيات عامة

الإطار الشكلي للمواقع:

- 1- تعد البساطة من العناصر الأساسية التي تشجع الزائر أو المستخدم على متابعة الموقع وقراءة محتوياته، دون إجهاد عين المتلقي بمتابعة العديد من العناصر الثابت منها والمتحرك، حيث أن ازدحام الصفحات يعكس نوع من الفوضى، وعدم وجود أولوية لدى القارئ عليه بالتركيز على العناصر الأهم فالأقل أهمية في عملية العرض.
- 2- تضم الجامعات العديد من المنتسبين لها من غير جنسياتها، بالإضافة الى الباحثين أو الراغبين في الإطلاع على مواقع الجامعات ومعلوماتها؛ لذلك تشكل عملية الوصول الى هذه المواقع عنصر بالغ الأهمية ضمن الخيارات البحثية الأولى في مختلف المحركات والمتصفحات بالشبكة العنكبوتية. الى جانب أهمية إعطاء فرصة للمستخدمين للتفاعل معها بسهولة، وذلك من خلال توفير أرقام وريد إلكتروني وفاكس وعناوين (فاعلة) للاتصال، وشبكات متعددة للتواصل الاجتماعي ومنتديات ومدونات، ووسائط للدردشة الفورية بين الطرفين وغيرها من الوسائل التفاعلية.
- 3- الإهتمام بتوفير خريطة توضح محتويات الموقع، وإعتماد الإستعراض الرأسي للصفحات، وسرعه التحميل للموقع، بالإضافة الى أهمية الحرص على إنتظام العناصر بشكل منطقي وتراتبى يسهل الحصول على المعلومات. والحرص على استخدام لغة سليمة بمصطلحات ومفردات واضحة ومعروفة، والتي تشكل في مجملها سهولة تصفح.
- 4- الحرص على تقديم كافة صفحات الموقع بنفس عناصر التصميم الأساسية مما يعكس وحدة الموقع وتمييزه في حاله فتح صفحات منفردة للموقع، واستخدام خطوط سهلة القراءة، ومعروفة تدعمها أغلب أجهزة الكمبيوتر.
- 5- توفير أشكال وقوالب مختلفة في المواقع لكسر حاجز الرتابة والنمطية في عرض المعلومات، وذلك باعتماد استطلاعات للرأي وأخبار وإعلانات ووسائط متعددة ولقاءات وحوارات وخرائط وغيرها، وفرد مساحات للأحداث الاستثنائية التي تمر بها الجامعات.
- 6- الإهتمام بقارئ الموقع والمتمثل في العناصر التوبوغرافية وهي المتن (الخطوط) ووضوحها، والصور والرسوم وجودتها، والمساحات البيضاء الفاصلة بين الكلمات والأسطر والفقرات.
- 7- مراعاة التوازن في عناصر التصميم وتوزيع المحتوى بشكل عادل بحيث يكون لكل عنصر فرصة لجذب نظر المستخدم، وذلك بتوازن أحجام الأجزاء المختلفة، وتوازن الألوان وأن تكون جميع العناصر مرئية.

8- يعد اعتماد التصميمات الحديثة الجاذبة للمواقع والمراعية للتطور التقني في تصميم المواقع، من الأهمية بمكان خاصة مع التغيرات السريعة في هذا المجال.

إطار المضمون للمواقع:

- 1- الإهتمام بتوفير معلومات متكاملة ومستوفاه في المواقع لمجالات المضمون الثلاثة التي تعمل الجامعات في إطارها، وهي التعليم والتعلم، والبحث العلمي وخدمة المجتمع.
- 2- الحرص على استعراض كافة أنواع المعلومات المتعلقة بالجامعات، كالمعلومات العامة، والمعلومات القانونية والسياسات، ومعلومات الإستراتيجيات للجامعات بشكل عام، والصفحات والأقسام بداخلها. والتي تعطي صور متكاملة عن مهامها والأدوار التي تقوم بها.
- 3- الإهتمام باعتماد المواقع الإلكترونية أنماط اتصالية متعددة وعدم إقتصارها على الأخبار والإعلانات فقط. كما يجب أن تنتج أنماط اتصالية للمواقع ذاتها دون الإصدارات وماتحتويه، كاستطلاعات الرأي والحوارات والوسائط المتعددة والتحقيقات.
- 4- يعد الإهتمام باستيفاء المحتويات والمضامين بالغ الأهمية لإعطاء صورة إيجابية عن الجامعات وعملها، وأيضاً ضرورة الحرص على فعالية كافة الروابط والوصلات والأيقونات.
- 5- خلق خدمات خاصة بكل موقع وإمكانياته، وذلك بالاستفادة من المميزات التفاعلية للجيل الثالث من الويب، وتيسير إجراء المعاملات والخدمات من خلال الموقع الإلكتروني.

الإستراتيجيات المعتمدة بالمواقع:

- 1- أهمية التركيز على الإستراتيجية الإعلامية بحيث تكون مركزة وهادفة ومستوفية لما يجب أن ينشر.
- 2- الإهتمام بعرض الآراء والقضايا ومناقشة السياسات المتعلقة بالجامعات التي تعكس وجهة نظر الطرفين، من خلال المنشورات المختلفة، وأيضاً من خلال استغلال الموقع ذاته لطرح مثل هذه الإتجاهات.

3- الإستفادة من الميزة التفاعلية للإنترنت في عملية بناء إجماع حول القضايا أو الآراء والمشكلات التي تواجه الجامعات في محيطها ومجالاتها، من خلال الموقع الإلكتروني والوسائط التفاعلية المتعددة وغيرها. والتي في مجملها تساعد على خلق نوع من الثقة لدى المنتسبين والقائمين على هذه الجامعات.

4- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات وغيرها من الوسائل التفاعلية في بناء علاقة حوارية تخدم الحوار والنقاش وتدعم القضايا المطروحة، وتجنب استخدامها في عملية الإخبار والإعلام، حيث أن لها وسائلها الخاصة.

قائمة المراجع

أولا/ المراجع العربية

- أبو أصبع، صالح خليل، العلاقات العامة والاتصال الإنساني. الطبعة الثانية، عمان: دار الشروق، 2009.
- أبو عيشة، فيصل، الإعلام الإلكتروني. عمان: دار أسامة، 2010.
- الجمال، راسم، وخيرت عياد، إدارة العلاقات العامة: مدخل إستراتيجي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005.
- الجوهر، محمد ناجي، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات (رؤية معاصرة). دبي: دار القلم، 2004.
- الخطيب، سعادة راغب، مبادئ العلاقات العامة. عمان: دار البداية، 2009.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد، العلاقات العامة في التطبيق. عمان: دار جرير للنشر، 2005.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد، العلاقات العامة (رؤية معاصرة). عمان: دار وائل للنشر، 2011.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. عمان: دار الثقافة، 2011.
- الدنان، عبدالملك ردمان، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت. القاهرة: دار الفجر، 2003.
- الرحباني، عبير، الإعلام الرقمي (الإلكتروني). عمان: دار أسامة، 2012.
- الزدجالي، منى سليمان، الإستراتيجيات الإتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية في الوحدات الحكومية بسلطنة عمان. جامعة السلطان قابوس - قسم الإعلام - 2012.
- الشربيني، عبير، العلاقات العامة بين العلوم والفنون. بيروت: دار النهضة العربية، 2009.
- الشماخي، خميس عبدالله، تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى. جامعة آل البيت - كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية - قسم الإدارة العامة، 2001.
- الصرايرة، محمد نجيب، العلاقات العامة (الأسس والمبادئ). عمان: مكتبة الرائد العلمية، 2001.
- العمران، عبدالعزيز ابراهيم، المواقع الإلكترونية لعمادات شؤون المكتبات في الجامعات السعودية: دراسة تحليلية مقارنة. دراسات المعلومات، العدد 12، سبتمبر 2011.
- الفتوخ، عبد القادر عبدالله، الإنترنت للمستخدم العربي. الرياض، مكتبة العبيكان: 2001.
- الفيصل، عبدالأمير، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. عمان: دار الشروق، 2006.
- اللوزي، موسى، أسس العلاقات العامة (المفاهيم والأسس). عمان: زمزم ناشرون وموزعون، 2010.

- المحمود، رضوان، العلاقات العامة في الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر، 2011.
- الهاشم، عادل عوده وآخرون، نظام ويبوميتركس Webometrics لترتيب الجامعات على الإنترنت (تحليل وصفي نقدي لترتيب الجامعات العربية). مجلة آفاق جديده، العدد الأول - يناير 2012.
- الهزاني، نورة ناصر، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية - دراسة لتقييم مواقع الوزارات السعودية على الإنترنت. رسالة ماجستير، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2008.
- الهنائي، تركي، العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة المدنية بسلطنة عمان (الخصائص الوظيفية والتنظيمية والإتصالية): دراسة مسحية. جامعة السلطان قابوس - قسم الإعلام - 2012.
- إمام، إبراهيم، فن العلاقات العامة والإعلام. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية: 1981.
- جرادات، عبدالناصر أحمد، ولبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة (بين النظرية والتطبيق). عمان: دار اليازوري، 2009.
- حافظ، محمد عبده، العلاقات العامة. القاهرة: دار الفجر، 2009.
- حجاب، محمد منير، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- خضور، أديب، الكتابة للعلاقات العامة: أسس الأسلوب والشكل (كتاب مترجم). دمشق: الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، 2006.
- رزق الله، عوض، واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي: معهد التنمية الإدارية، 2001.
- رضوان، أحمد فاروق، دور المواقع الإلكترونية للمنظمات الربحية العربية في بناء العلاقة مع الجمهور. في: دراسات في العلاقات العامة والإعلان. القاهرة: دار العالم العربي، 2006.
- زويلف، مهدي حسن، العلاقات العامة (نظريات وأساليب). عمان: مكتبة المجتمع العربي، 2010.
- سلطان، محمد صاحب، العلاقات العامة ووسائل الإتصال. عمان: دار المسيرة، 2011.
- شفيق، حسنين، الإعلام التفاعلي (ثورة تكنولوجيا جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات). القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2008.
- شفيق، حسنين، الإعلام الجديد (الإعلام البديل)، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة، 2010.

- صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات). عمان: دار الشروق للنشر، 2008.
- عبد الحميد، محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (من التحليل الكمي الى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية). القاهرة: عالم الكتب، 2010.
- عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، 2000.
- عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب. الطبعة الرابعة، 2000.
- عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب، 2004.
- عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الثالثة، 1985.
- عساف، عبد المعطي ومحمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر، 2004.
- عياد، خيرت معوض، استخدام الإنترنت كوسيلة إتصال في حملات التسويق السياسي: دراسة لحملة انتخابات الرئاسة الأمريكية 2008. جامعة البحرين: مؤتمر الإعلام والسياحة والفنون، 2009.
- عياد، خيرت معوض، المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الإنترنت: دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والإمارات. الشارقة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية. المجلد السادس، العدد الثالث - أكتوبر، 2009.
- عياد، خيرت محمد، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة إتصال: دراسة على المؤسسات الخدمية والإنتاجية بملكة البحرين. جامعة القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد السابع، العدد الأول - يونيو، 2006.
- فوزي، امل محمد، "مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية الإنترنت فى الأنشطة الإتصالية". رسالة ماجستير. جامعة القاهرة _كلية الإعلام- قسم العلاقات العامة والإعلان، 2004.
- فيكر، أليسون، دليل العلاقات العامة: مرجع عملي شامل، (كتاب مترجم). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- قنديلجي، عامر ابراهيم، والسامرائي، إيمان فاضل، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: مؤسسة الوراق، 2009.

- محمد، محمد سيد، وسائل الإعلام من المنادي الى الإنترنت. القاهرة: دار الفكر العربي، 2009.
- مزاهرة، منال هلال، بحوث الإعلام (الأسس والمبادئ). عمان: دار كنوز المعرفة، 2011.
- نصر، حسني محمد، الإنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية). العين: مكتبة الفلاح، 2003.
- نصر، حسني محمد، وسائل الإعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية). العين: دار الفلاح، 2013.
- يونس، طارق شريف، إدارة العلاقات العامة (مفاهيم ومبادئ وسياسات مع إشارة للمعطى العربي والإسلامي). الشارقة: إثراء للنشر والتوزيع، 2008.

ثانيا/ المراجع الأجنبية

- Al Khayat, Hussain Juma, Public Relations in the Sultanate of Oman. Msc thesis, University of Stirling, 1995.
- Al lawati, Omama M, Public Relations Practice in Oman: Case studies on Ministry of Health & Petroleum Development of Oman. M Dissertation, University of Westminster, 2001.
- Ayish, Muhammed, Journalism skills in English. Amman: Shukayr & Akasheh, 1992.
- Ayish, Muhammed, Virtual Public Relations in UAE: A Case Study of 20 UAE Organizations, Use of the Internet, Public Relations Review.31: 381-388, 2005.
- Bivins, Thomas H, Public Relations Writing (The Essentials of Style and Format). 6 thed, Boston, McGraw Hill Higher Education: 2008.
- Callahan, Ewa, Cultural Differences in the Design of Human-Computer Interfaces: A Multinational Study of University Websites. Unpublished PH .D

Dissertations, School of Library and Information Science, Indiana University, 2007.

- Chopple, W. & J. Mean, "Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A Seven Country Study of CSR Website Reporting", *Business and Society*, 44 (4): pp. 41-50, 2005.
- Cutlip, Scott M, & Others, *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International, 1978, 2000.
- Grunig, James E & Todd Hunt, *Managing Public Relations*, Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- Hachigian, D. & K. Hallahan "Perceptions of Public Relations Web sites by Computer Industry Journalists", *Public Relations Review*, 29: 43-62, 2003.
- Lesly, Philip, *The Handbook Of Public Relations and Communications*. UK: Mc Graw – Hill Book Company, 1991.
- Lueza, Jusus Meza, *Global Public Relations on the Web: An Exploration of Projection of Corporate Identity Online, Its Effects on Public Perception and Its Potential for Two Way Communication*. Unpublished PH .Dissertations, School of Journalism & Mass Communication. University of North Carolina, 2002.
- Nejati, Mehran et al, *Corporate Social Responsibility and Universities: A Study of Top 10 World Universities Websites*. *African Journal of Business Management* Vol. 5(2), pp. 440-447, 18 January, 2011.
- Padmannavar, Sunita S. & Milind J. Joshi, *Survey Analysis on the Web: Similarities and Differences in University Website Information*. *International Journal of Engineering Science and Technology*. Vol. 3 No. 7, 2011.
- Padmannavar, Sunita S. & Milind J. Joshi, *Survey Analysis of National and International University Website Content*. *International Journal of Computer Applications*. Vol. 33 No. 6, November, 2011.

- Paris, Maeve, Website Accessibility: A Survey of Local E-Government Websites and Legislation in Northern Ireland. *Univ Access InfSoc*, 4: p 292–299, 2006.
- Pinto et, Metric Analysis of the Information Visibility and Diffusion about the European Higher Education Area on Spanish University Websites. *Scientometrics and Kluwer Academic Publishers, Dordrecht* Vol. 72, No. 2, 345–370, 2007.
- Pinto, Maria et, Information Provided by Spanish University Websites on their Assessment and Quality Processes. *Scientometrics, and Kluwer Academic Publishers*, Vol. 81, No. 1. 265–289, 2009.
- Ruler, Betteke Van, The Communication Grid, Introduction of a Model of Basic Communication Strategies, *Public Relations Review*, Vo1. 30, nr. 2, pp. 123–143, 2004.
- Seitel, Fraser P. *The Practice of Public Relation*. 9th Rd: Bell & Howell Publishing Co., Columbs Ohio, 1984.
- Seitel, Fraser P. *The Practice of Public Relation*. 9th Rd: Bell & Howell Publishing Co., Columbs Ohio, 2004.
- Taylor, Maureen, Micheal L. Kent & Williams J. White, How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationship, *Public Relations Review*, 27.263–284, 2001.
- Taylor, Maureen & Danielle C. Perry, Diffusion of Traditional and New Media Tactics in Crisis Communication, *Public Relations Review*, 31. 209–217, 2005.
- Wall, M., Smith, A. TheI, Interlinking between Asia–Pacific University Web sites. *Scientometrics and Kluwer Academic Publishers*, Vol. 55, No. 3 (2002) 363–376, 2002.

- Utulu, Samuel C. Avemaria, Information Technology and Web Use Characteristics of Nigerian Private Universities, Afr. J. Lib, Arch. & Inf. Sc. Vol. 18, No. 2, 119 – 129, 2008.
- Wallet, European Union Associated University Websites. Scientometrics, and Kluwer Academic Publishers, Dordrecht Vol. 53, No. 1. 95–111, 2002.
- Wilcox, Dennis & others, Public Relations: Strategies and Tactics. New York: Addison Wesley Longman, 2000.
- Zaphiris, P. & Ellis, R.D., Website Usability and Content Accessibility of the top USA Universities. In Proceedings of WebNet 2001 Conference, October 23–27, 2001.

ثالثا/ المواقع الإلكترونية

- شبكات التواصل تغير حياة الصغار، موقع الجزيرة نت،

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/D4E93048-5CA2-430B->

A3CC2043F982A6AD.htm، تاريخ الزيارة 2011/4/15

- مدونة مستر ديفلوير، موقع إلكتروني، <http://c-a-t-ch.blogspot.com/2010/08/blog->

post_20.html، تاريخ الزيارة: 2013/5/3.

- تطبيقات الهواتف الذكية، موقع الكتروني،

<http://www.jzrws.com/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA->

%D8%A7%D8%AE%D8%B1%D9%89/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%

D9%82%D8%A7%D8%AA-

%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81-

[%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9.html](#)، تاريخ الزيارة:

.2014/1/7

- Browser Statistics, website, -

http://www.w3schools.com/browsers/browsers_stats.asp,

تاريخ الزيارة 2013/10/1

- world internet users, website, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>,

تاريخ الزيارة: 2013/3/21.

الملاحق

1- الموقع الإلكتروني لجامعة السلطان قابوس

English
البحث

الاربعاء 19 فبراير 2014

مرحباً بك في رحاب
جامعة السلطان قابوس

الرئيسية
عن الجامعة
الكليات
البرامج الدراسية
الدراسات العليا
البحث العلمي
المراكز
الشهادات
المكتبات
الوحدات الادارية
بحوث ومنشورات

الناطق السامي
كلمة الرئيس
الرؤية
الرسالة
الأهداف

نفتخر بهذه الجامعة ولكننا أكثر من ذلك نفخر بكم في عمان وفي غير عمان.
المعرفة أمر متجدد فعلينا أن نضيف تلك المعرفة أو المعارف معارف جديدة.
نريد لهذه الجامعة أن تكون جامعة متميزة.

الناطق السامي كاملاً
مزيد من الإضاءات

رئاسة صاحب الجلالة للجامعة
مستشفى الجامعة
الخريجون
وظائف شاغرة

الولاية الالكترونية
البريد الإلكتروني
التعليم الإلكتروني
المنافسات

أخبار وفعاليات الجامعة

مستشفى جامعة السلطان قابوس يحتفل بيوميه الرابع والعشرين 18.02.2014
احتضنت جامعة السلطان قابوس أمس الاثنين حفل يوم المستشفى الجامعي الرابع والعشرين والذي يخلد التشريف السامي لمؤلانا حضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن أوشيف الأخيار

عمادة الدراسات العليا
إعلان برامج الدراسات العليا للعام الأكاديمي 2015/2014

عمان الجميلة
الحياة الجامعية
الفعاليات العلمية للجامعة
المنشورات الاعلامية
خارطة الموقع
اتصل بنا

Copyright (c) 2014 SQU Arabic

2- الموقع الإلكتروني لجامعة الملك سعود

[illegible]

3- الموقع الإلكتروني لجامعة البحرين

تمثيل الموقع | البريد الإلكتروني | اتصل بنا



جامعة البحرين
University of Bahrain

بحث

English

إصدارات الجامعة

البحريون

مركز محاضرات

دوائر إدارية

عمادات متبادلة

المكتبة

الكلية

للوظائف

أعضاء هيئة التدريس

الطلبة

عن الجامعة

تقويم الجامعة

February 2014						
Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	1
2	3	4	5	6	7	8

روابط سريعة

« خدمات الكترونية عن طريق الانترنت »

« التسجيل الإلكتروني »

« الأرشيف »

« خدمة الدعم الفني »

المملكة تحتفل بعيدها الوطني في جامعة البحرين

أخبار الجامعة

انطلاق معرض بيع الكتب المستعملة في جامعة البحرين

مشروع طلابي بجامعة البحرين يدعو لتفادي الاختراقات في المحركات

"تقنية معلومات" جامعة البحرين تنطلق للتوسع في الدراسات العليا

جامعة البحرين تبدأ ورشة عن "تطبيقات الأشعة السينية"



زويل للعلوم وجامعة البحرين تتعاون للبحوث نانوية مشتركة

المملكة تحتفل بعيدها الوطني في جامعة البحرين

جديد الجامعة

برنامج حلقات التوعية الإرشادية

نتائج الإعفاءات من الرسوم الدراسية

معرض بيع الكتب المستعملة

دعوة لحضور فعاليات برنامج في سوق البسطة

عرض برامج تدريبية لمكتب التدريب الإداري

المملكة تحتفل بعيدها الوطني في جامعة البحرين

المقاعد المتوفرة

فترة الحذف والإضافة

للفصل الدراسي الثاني 2013 - 2014

طور الموقع الإلكتروني لجامعة

المملكة تحتفل بعيدها الوطني في جامعة البحرين

جميع الحقوق محفوظة لجامعة البحرين © 2009 | اتصل بنا | خريطة الموقع

4- الموقع الإلكتروني لجامعة الإمارات العربية المتحدة

[Study opportunities](#)
[Current students](#)
[Alumni](#)

[About the University](#)
[Colleges and departments](#)
[Research and Graduate Studies](#)

[News and events](#)
[Calendar](#)
[Maps](#)

[Libraries](#)
[Directory](#)
[Sign In](#)

[Contact us . A-Z index](#)





جامعة الإمارات العربية المتحدة
United Arab Emirates University

[Study opportunities](#)
[Current students](#)
[Alumni](#)
[About the University](#)
[Colleges and departments](#)
[Research and Graduate Studies](#)
[Admissions](#)



H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum visits UAEU

[News](#)
[Events](#)
[Videos](#)
[More News »](#)



UAEU Staff Members Complete an Intensive Training Program in Communication, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Discusses Joint Cooperation with "Ningxia Muslim International Language College", [English](#) | [عربي](#)



Marhaba Alssaa Program at the UAEU to Welcome new Student, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Delegation visits Al Ain City Municipality, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Discuss 80 Projects for Engineering Students, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Organizes a First Aid Course for Students and Staff, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Launches Initiative "Qadeemak Nadeemak" Embodies "UAE Vision 2021" to Preserve the National Heritage, [English](#) | [عربي](#)



Initiate, you can Make it is an Initiative of Mass Communication Students for Persons with Special Needs, [English](#) | [عربي](#)



ICT Fund Dedicates 80 Study and Financial Scholarships for the Distinguished Students at UAEU, [English](#) | [عربي](#)



UAEU Organizes an Exhibition of Research and Geographical Mapping, [English](#) | [عربي](#)

[Enrollment](#)
[Deanship](#)

[Graduate](#)
[Studies](#)
[Apply Now »](#)

[UAEU Cares](#)



Graduation Ceremony Photo Gallery



[UAEU Prospectus](#)
[Jobs & Careers](#)

[Visit UAEU on iTunes U](#)

[Vendor Registration](#)

Contact Us . A-Z Index . Privacy Policy . Terms of Use . © 2012 United Arab Emirates University
Page Last Modified Feb 19, 2014

Follow UAEU on:






[Show desktop](#)

5- الموقع الإلكتروني لجامعة قطر



الجامعة القبول الكليات الشؤون الأكاديمية البحث العلمي الحياة الجامعية



فتح باب القبول في برامج الدراسات العليا
خريف ٢٠١٤
ابتداء من ١٥ يناير

○○○○



الرؤية: أن تصبح جامعة قطر نموذجا للجامعة الوطنية في المنطقة، تتميز بنوعية التعليم والأبحاث، ويدورها الرائد في التنمية الاقتصادية والاجتماعية



١٩ ورشة عمل "الإستراتيجية الوطنية للأمن
المرورية في قطر"
مفتحة: منى بركة جامعة قطر

٢٠ العلاقات الثقافية والديبلوماسية بين قطر و
سليمانيا
مفتحة: منى بركة جامعة قطر

٢٠ ملتقى طلبة التوظيف الثاني
مفتحة: نورة بن عيسى



١٧-٢٠١٤
تغطية الحدث ببرنامج حوارهم الأكاديمي في جامعة
قطر

الإعلانات

20-2-14 نهاية فترة الحذف و الإضافة
(ربيع 2014)

27-2-14 آخر موعد لتحديث تغيير غير

27-2-14 آخر موعد لتحديث تغيير غير

13-3-14 آخر موعد لتقديم طلب مقرر بديل
(ربيع 2014)

حقائق وأرقام

منذ تأسيسها عام 1973 أصبحت جامعة قطر الجامعة الوطنية
الوحيدة التي تغطي توفير التعليم العالي بنوطة قطر... اقرأ المزيد



الطلبة المصالح المكتاب مواد إعلامية



الأنشطة الطلابية

- الأندية والجمعيات الطلابية
- المجلس التمثيلي الطلابي
- الجوائز الطلابية الخيرية أكاديمية
- الفعاليات السنوية
- مركز التلويح والخدمة المجتمعية
- الرياضة والترفيه
- التبادل الطلابي



الخدمات الطلابية

- الطباعة والتصوير
- المنطقة الجامعية
- الخزائن
- المساعدات المالية
- الرسوم الدراسية
- دعم التعلم الأكاديمي
- الملح الدراسية



الخدمات الطلابية

- الخدمات المهنية
- التواصل مع الطلبة
- مركز الاتصال الطلابي
- الإرشاد الطلابي
- ذوي الاحتياجات الخاصة
- الكتب الدراسية
- الخدمات الأولية

تابع: موقع جامعة قطر

- قسم نظام معلومات الطلبة
- الإرشاد الأكاديمي
- الخدمات الخزانة

١٧-٢٠١٤ هـ - ١٢ حزيران - ٢٠١٤
جامعة قطر تشارك في اليوم الرياضي

١٧-٢٠١٤ هـ - ١٢ حزيران - ٢٠١٤
جامعة قطر تشارك في معرض أنساب فور سبورت



جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY



NCURA
National Center for Quality Assurance

ورشة عمل
الإدارة المالية للأبحاث

٢٠١٤ هـ - ١٢ حزيران - ٢٠١٤
٨٠٠ صباحا
المكتبة، الطابق
الأرضي، قاعة IIV



تابعنا على
Instagram

صاحبة السمو الشيخة موزا بنت
ناصر المسند - ١٩٨٦
مدير مؤسسة قطر للتعليم

جامعة قطر

الوقف - الدوحة الإلكترونية - البريد الجامعي - البلاك بورد - نظام البث

اتصل بنا

مركز الاتصال الطلابي
هاتف: 4403-4444 +974
طرح سؤالك info@qu.edu.qa

صندوق بريد: 2713
هاتف: 4403-3333 +974
البريد الإلكتروني: info@qu.edu.qa

الشرائط الأخبارة

الحياة الجامعية

البريد الإلكتروني

إشعارات

6- الموقع الإلكتروني لجامعة الكويت



جامعة الكويت

الأمم المتحدة

نقد من الجامعة
الكليات
إدارات خدمية
مراكز العمل
إدارة الجامعة

خدمات طلابية

- تقديم طلبات الالتحاق إلكترونياً
- التقديم الجامعي
- عقود القبول والتسجيل
- الاتحاد الوطني لطلبة جامعة الكويت
- تسديد ثلوث الطلبة
- نظم التسجيل
- الجداول الدراسية
- مخالفات التخرج

أعضاء هيئة تدريسين / مؤهلين

الإبحاث

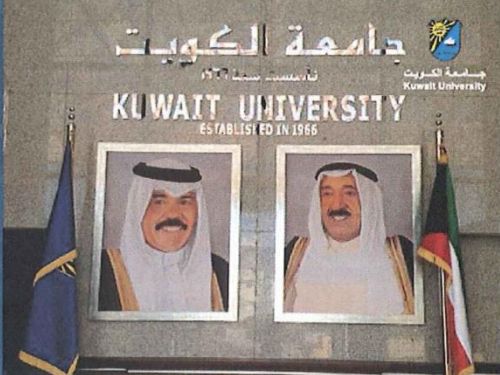
نظام معلومات الطلاب / أوراق للتوظيف

ميثاق العمل الجامعي

الوكالة الإلكترونية

لقاء مع مسئول

دخول الموظفين



كل عام و انتم بخير 2014
New Year Greetings

أخبار وأحداث

07/01/2014
الخطة الأمنية لعمليات التسجّل، السحب، الإضافة للفصل الدراسي الثاني
2013/2014

07/01/2014
بدء فترة السحب والإضافة للفصل الثاني 2013/2014 بجامعة الكويت

06/01/2014
كلية العلوم الإدارية توقع مذكرتي تعاون مع كل من رابطة المغرب العربي
للتنمية الاقتصادية الإسلامية والجمعية المغربية للتنمية الاقتصادية الإسلامية

06/01/2014
مركز التربية العملية يقيم لقاء للتكوير

06/01/2014
الدكتور المسند : استقبلنا 1249 بحثاً في مختلف التخصصات العلمية في
العام الجامعي 2012/2013

[عرض المزيد]

المساحة الرئيسية | اتصل بنا | خريطة الموقع | مكتبة الصور
جميع الحقوق محفوظة لجامعة الكويت، مركز نظم المعلومات © ٢٠١٤



جامعة الكويت

الأمم المتحدة

نقد من الجامعة
الكليات
إدارات خدمية
مراكز العمل
إدارة الجامعة

خدمات طلابية

- تقديم طلبات الالتحاق إلكترونياً
- التقديم الجامعي
- عقود القبول والتسجيل
- الاتحاد الوطني لطلبة جامعة الكويت
- تسديد ثلوث الطلبة
- نظم التسجيل
- الجداول الدراسية
- مخالفات التخرج

أعضاء هيئة تدريسين / مؤهلين

الإبحاث

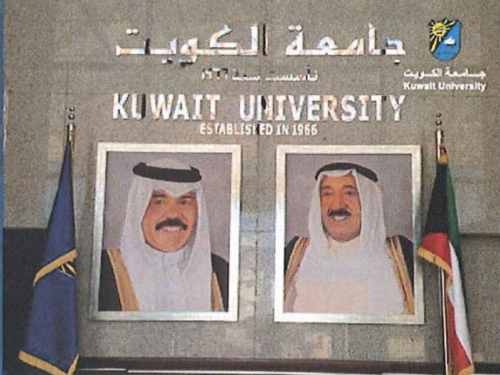
نظام معلومات الطلاب / أوراق للتوظيف

ميثاق العمل الجامعي

الوكالة الإلكترونية

لقاء مع مسئول

دخول الموظفين



كل عام و انتم بخير 2014
New Year Greetings

أخبار وأحداث

07/01/2014
الخطة الأمنية لعمليات التسجّل، السحب، الإضافة للفصل الدراسي الثاني
2013/2014

07/01/2014
بدء فترة السحب والإضافة للفصل الثاني 2013/2014 بجامعة الكويت

06/01/2014
كلية العلوم الإدارية توقع مذكرتي تعاون مع كل من رابطة المغرب العربي
للتنمية الاقتصادية الإسلامية والجمعية المغربية للتنمية الاقتصادية الإسلامية

06/01/2014
مركز التربية العملية يقيم لقاء للتكوير

06/01/2014
الدكتور المسند : استقبلنا 1249 بحثاً في مختلف التخصصات العلمية في
العام الجامعي 2012/2013

[عرض المزيد]

المساحة الرئيسية | اتصل بنا | خريطة الموقع | مكتبة الصور
جميع الحقوق محفوظة لجامعة الكويت، مركز نظم المعلومات © ٢٠١٤